

Susanna Nevala

MASSAHIIHDON JA SM-SARJAN 2012 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Opinnäytetyö
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala
Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma
Kevät 2013



Koulutusala Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala	Koulutusohjelma Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma
Tekijä(t) Nevala Susanna	
Työn nimi Massahiihdon ja SM-sarjan 2012 asiakastytyväisyys	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot Liikuntamatkailu	Ohjaaja(t) Liisa Paavola
	Toimeksiantaja Suomen Maastohiihto ry/ Jarkko Ruhanen
Aika Kevät 2013	Sivumäärä ja liitteet 80+23
<p>Suomessa järjestetään vuosittain useita massahiihtotapahtumia. Kaudella 2012 oli massahiihdoissa mukana uusi pitkien matkojen SM-sarja, joka on Suomen Maastohiihto ry:n kehittämä kilpahihtäjille suunnattu kilpailumuoto. Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia massahiihdon ja SM-sarjan asiakastytyväisyyttä. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millainen on tyypillinen massahiihdon osallistuja ja miksi hän haluaa osallistua massahiihtotapahtumaan. Lisäksi tutkimuksella selvitettiin, minkälaisia olivat massahiihtoon ja SM-sarjaan osallistuneiden kokemukset massahiihtotapahtumista. Tutkimuksella selvitettiin myös, miten SM-sarjaa olisi kehitettävä ja miten SM-sarja mahdollisesti vaikutti osallistujien kiinnostukseen ja arvostukseen massahiihtotapahtumia kohtaan.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kuudessa eri massahiihtotapahtumassa ja se tehtiin Suomen Maastohiihto ry:n toimeksiantona. Tutkimusmenetelmänä oli kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeella, joka lähetettiin sähköpostitse 4936 osallistujalle Digium Enterprise-raportointiohjelmiston avulla. Tutkimukseen saatiin yhteensä 2470 vastausta. Kyselylomakkeessa käytettiin pääasiassa strukturoituja kysymyksiä, sillä mukana oli ainoastaan yksi avoin kysymys, jossa kysyttiin SM-sarjan kehittämisehdotuksia. Aineisto ja graafiset kuviot analysoitiin Excel-taulukkolaskentaohjelmaa ja SPSS-Statistic tilasto-ohjelmaa apuna käyttäen.</p> <p>Tutkimuksesta ilmeni, että tyypillinen osallistuja oli keski-ikäinen mies, joka oli ammatiltaan toimihenkilö tai työntekijä. Osallistuja asui enintään 200 km:n etäisyydellä tapahtumasta ja yöpyi kotonaan. Tärkeimmät syyt osallistua olivat halu kokeilla omia fyysisiä rajojaan, osallistuminen motiivina harjoittelulle, halu verrata omaa suoritusta aikaisempaan ja yleinen terveys ja hyvinvointi. Massahiihtotapahtumien osallistujat olivat kokonaisuudessaan tyytyväisiä tapahtumiin. Kehitettävää jäi eniten massahiihtotapahtumien lähdön sujuvuuteen ja latujen kuntoon. SM-sarja koettiin hyvänä lisänä massahiihtotapahtumille. Tärkeimpänä SM-sarjan kehittämiskohteina ovat kokonaistuloksen muodostuminen ja hiihtotyylien tasapuolisempi huomiointi.</p>	
Kieli	suomi
Asiasanat	massahiihto, SM-sarja, tapahtuman järjestäminen, asiakastytyväisyys
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School School of Health and Sports	Degree Programme Sports and Leisure Management
Author(s) Nevala Susanna	
Title Customer Satisfaction with Ski Marathon and Finnish Championship Series 2012	
Optional Professional Studies Sports Tourism	Instructor(s) Paavola Liisa
	Commissioned by The Finnish Cross-Country Ski Association / Ruhanen Jarkko
Date Spring 2013	Total Number of Pages and Appendices 80+23
<p>A new Finnish Championship (FC) series developed by the Finnish Cross-Country Ski Association was introduced in 2012. The purpose of this thesis was to study customer satisfaction with ski marathon events and FC series. The aim was to find out what the typical participant in the events was like and why he wanted to take part in the events. In addition, this thesis discusses how successfully the ski marathon events and FC series were organized from the participants' point of view, how the FC series should be developed, and how the FC series influenced the participants' interest in and valuation of ski marathon events.</p> <p>The research, commissioned by Finnish Cross-Country Ski Association, was conducted in six different ski marathon events using a quantitative method. Data was collected with a questionnaire with primarily structured questions with one open question on how to develop the FC series. The questionnaire was sent to 4936 participants by e-mail using the Digium Enterprise reporting software, and 2470 replies were received. The data and graphical figures were processed using the Excel and SPSS statistical programs.</p> <p>The results showed that the typical participant, a middle-aged, professional male who lived up to 200 km from the event and stayed overnight at his home, participated in the ski marathon events to test his own physical limits, to find motivation for training, to compare his own performance to earlier performance, and to promote and maintain his overall health and well-being. The results also showed that participants were satisfied with the events as a whole. The organization of the starts and the conditions of the tracks need to be developed most in the future. The ski marathon FC series was experienced as a good innovation. However, overall results need to be completed more swiftly and different skiing styles be considered more equally in future FC series.</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	Ski marathon, Finnish Championship series, event management, customer satisfaction
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input checked="" type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

ALKUSANAT

*”Hyvä on hiihtäjän hiihdellä,
kun banki on bohtava alla,
kun taivas kirkasna kaarentuu -
mut hauskempi hiihtää, kun ruskavi puu
tuul uhovi, polku on ummessa
ja tuisku on taivahalla!”*

Eino Leino

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 MASSAHIIHTO	3
2.1 Hiihto liikuntamuotona	3
2.2 Perinteikäs massahiihto	4
2.3 Massahiihtotutkimus	5
2.4 Hiihto terveystuokuntalajina	6
3 MASSAHIIHDON KILPAILUJÄRJESTELMÄ	10
3.1 Massahiihdon ulkomaalaiset kilpailujärjestelmät	10
3.2 Suomen SM-sarja	12
4 MASSAHIIHTOTAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN	14
4.1 Ideointivaihe	15
4.2 Tavoitteiden määrittely	16
4.3 Suunnitteluvaihe	16
4.4 Toteutusvaihe	17
4.5 Jälkimarkkinointivaihe	18
5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	20
5.1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	21
5.2 Asiakkaan tyytyväisyysaste	23
5.3 Asiakastyytyväisyystutkimus	23
5.4 Asiakasuskollisuus	25
6 TUTKIMUSONGELMAT	27

7 TUTKIMUSMENETELMÄ	28
7.1 Kyselytutkimus ja otos	28
7.2 Kyselylomakkeen laadinta	29
7.3 Tulosten analysointi	30
8 TUTKIMUSTULOKSET	32
8.1 Vastaajien profiili	33
8.1.1 Taustatiedot	33
8.1.2 Vastaajan asuinpaikka tapahtuman aikana	35
8.1.3 Kolme tärkeintä syytä osallistumiselle	36
8.1.4 Aikaisemmat osallistumiskerrat tutkimuskohteen massahiihtoon	38
8.1.5 Aikaisemmat osallistumiskerrat muualla Suomessa järjestettyihin massahiihtoihin	39
8.2 Vastaajien kokemukset tapahtumien järjestelyistä	40
8.2.1 Neljän Vuoren Hiihdon järjestelyt ja tiedottaminen	40
8.2.2 BotniaVasan Hiihdon järjestelyt ja tiedottaminen	43
8.2.3 Finlandia-hiihdon järjestelyt ja tiedottaminen	46
8.2.4 Tervahiihdon järjestelyt ja tiedottaminen	49
8.2.5 Pogostan Hiihdon järjestelyt ja tiedottaminen	51
8.2.6 Lapponia-hiihdon järjestelyt ja tiedottaminen	54
8.3 Vastaajien arviot SM-sarjasta	56
8.4 SM-sarjaan osallistuneiden vastaajien kokemukset SM-sarjasta	58
8.5 Vastaajien mielipide massahiihtotapahtuman kokonaisarvosanaksi	62
9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	64
10 POHDINTA	67
10.1 Tulokset	67
10.2 Luotettavuus	72

10.3 Eettisyys	74
10.4 Ammatillinen kehittyminen	75
10.5 Jatkotutkimusaiheet	77

LÄHTEET	78
---------	----

LIITTEET

1 JOHDANTO

Massahiihto eli pitkän matkan maastohiihto on Keski-Euroopassa hyvin suosittu laji ja siellä yhteen yksittäiseen tapahtumaan osallistuu lähes 15 000 hiihtäjää (Vasaloppet 2012). Laji on nostanut suosiotaan myös Suomessa viimeisen vuosikymmenen aikana. Massahiihtotapahtumia järjestetään kymmenittäin erilaisia ympäri Suomen ja niihin osallistuu useita tuhansia kuntohiihtäjiä vuosittain. (Finlandia hiihto 2011.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kuvata massahiihdon ja SM-sarjan asiakastytyväisyyttä. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millainen on tyypillinen massahiihdon osallistuja ja miksi hän haluaa osallistua massahiihtotapahtumaan. Lisäksi tutkimuksella selvitetään, minkälaisia olivat massahiihtoon ja SM-sarjaan osallistuneiden kokemukset massahiihtotapahtumista, mitä kehittämistä SM-sarjassa olisi tulevaisuudessa ja miten SM-sarja mahdollisesti vaikutti osallistujien kiinnostukseen ja arvostukseen massahiihtotapahtumia kohtaan. Opinnäytetyön tilaajalla Suomen Maastohiihto ry:llä on tutkimuksesta saatujen tulosten perusteella tavoitteena kehittää tapahtumia osallistujien kokemusten mukaisesti.

Kaudella 2012 oli massahiihdoissa mukana uusi pitkien matkojen SM-sarja, joka on Suomen Maastohiihto ry:n kehittämä kilpahiihtäjille suunnattu kilpailumuoto. SM-sarjan avulla on pyrkimys lisätä massahiihtojen kiinnostavuutta ja arvostusta sekä hiihtäjien että median keskuudessa. Tutkimuksessa oli mukana kuusi eri massahiihtotapahtumaa, jotka ovat myös pitkien matkojen SM-sarjan osakilpailuja. Tutkimus toteutettiin sähköisenä asiakaskyselynä Digium Enterprise-raportointiohjelmiston kautta

Valitsin aiheen henkilökohtaisen kiinnostukseni perusteella, sillä olen osallistunut massahiihtotapahtumiin jo vuosikymmenen ajan. Sain myös olla mukana suunnittelemassa uutta SM-sarjaa. Lisäksi toimin kauden 2011–2012 SM-sarjan kilpailunjohtajana, joten sain henkilökohtaisesti nähdä, miten massahiihtotapahtumat todellisuudessa onnistuivat. Tavoitteeni opinnäytetyölle oli käytännössä nähdä millä tekijöillä oli eniten vaikutusta osallistujien asiakastytyväisyyden muodostumiseen. Opinnäytetyöni avulla pääsin näkemään massahiihtotapahtumat järjestäjän roolista, kun aikaisemmin olin kokenut ne vain osallistujana.

Maailmanlaajuisesti massahiihtotapahtumiin kohdistuvaa asiakastytyväisyyttä ei ole tutkittu lainkaan. Suomessakin sitä on tutkittu vain vähän, joten sen johdosta Suomen Maastohiihto

ryllä oli merkittävä tarve tutkimukselle. Opinnäytetyöni avulla Suomen Maastohiihto ry saa tietoa massahiihtotapahtumista ja samalla luotua uuden yhteistyöverkon Kajaanin ammattikorkeakouluun. Opinnäytetyö antaa Kajaanin ammattikorkeakoululle kokemuksen laajan otantajoukon kyselyn tekemisestä ja sen haastavuudesta, sillä näin laajaa kyselyä ei ole aikaisemmin toteutettu opiskelijoiden opinnäytetöiden muodossa.

Opinnäytetyöni käsittelee massahiihtoa sekä yleisellä tasolla että kuntoilumuotona. Liikunnanohjaajan opinnoissa korostuu yhtenä osaamisalueena ymmärtää terveysliikunnan merkitys ihmisten hyvinvoinnille ja sen johdosta teoriaosuudessa on perehdytty massahiihtoon erityisesti terveysliikunnan näkökulmasta. Toisena käsitteenä olen tarkemmin avannut massahiihtoon kilpailujärjestelmään, jotta lukijalle selkiytyisi sekä Suomen mestaruus että SM-sarja käsitteinä. Tämän lisäksi työni teoriaosuudessa käsittelem massahiihtotapahtuman järjestämistä, jonka kautta syvennyn opintojen johtamis- ja yrittäjäosaamisen alueisiin. Asiakastyytyväisyys on neljäs pääkäsite, sillä ilman tyytyväisiä asiakkaita ei tapahtumalle ole jatkumismahdollisuutta. Teorian avulla tarkoitukseni oli saada kokonaiskuva massahiihtotapahtumasta, jotta sen taustatiedon avulla pystyin toteuttamaan monipuolisen ja kattavan asiakastyytyväisyyskyselyn.

Opinnäytetyön tutkimustuloksista selvisi, että tyypillinen massahiihton osallistuja oli keski-ikäinen mies, joka oli ammatiltaan toimihenkilö tai työntekijä. Osallistuja asui enintään 200 km:n etäisyydellä tapahtumasta ja yöpyi kotonaan. Tärkeimmät syyt osallistua olivat halu kokeilla omia fyysisiä rajojaan, osallistuminen motiivina harjoittelulle, halu verrata omaa suoritusta aikaisempaan ja yleinen terveys ja hyvinvointi. Kaikkien massahiihtotapahtumien osallistujat olivat kokonaisuudessaan tyytyväisiä tapahtumiin. Kehitettävää jäi eniten massahiihtotapahtumien lähdön sujuvuuteen ja latujen kuntoon. SM-sarja koettiin hyvänä lisänä massahiihtotapahtumille. Tärkeimpänä SM-sarjan kehittämiskohteina ovat kokonaistuloksen muodostuminen ja hiihtotylien tasapuolisempi huomiointi.

2 MASSAHIIHTO

Massahiihdolla tarkoitetaan yleisesti hiihtotapahtumaa, jossa osallistujat hiihtävät tavallista hiihtomatkaa pidemmän reitin. Matkan pituus vaihtelee tapahtumittain, mutta suurin osa matkoista on 40 km:n ja 100 km:n väliltä. (Artman 1994, 112-113.) Suurimmassa osassa tapahtumia matkavaihtoehtoja on useita, joten osallistuja voi valita joko pidemmän tai lyhyemmän matkan hiihdettäväkseen. Lisäksi hiihtomatoja tarjotaan usein samassa tapahtumassa sekä perinteisellä että vapaalla hiihtotavalla. Suomen suosituin massahiihtotapahtuma on Lahdessa hiihdettävä Finlandia-hiihto, jonka matkavaihtoehdot ovat vuonna 2012 20 km, 30 km ja 50 km. (Finlandia-hiihto 2012.)

2.1 Hiihto liikuntamuotona

Suomen luonto lumisine ja melko pitkin talvineen tarjoaa loistavat puitteet hiihdon eli vanhahtavasti sanottuna murtomaahiihdon harrastamiseen. Lisäksi suurin osa Suomesta on metsien peitossa ja maasto on mäkistä ja vaihtelevaa, jolloin se sopii hyvin hiihtämiseen. Ei siis ole ihme, että Suomessa on liikuttu suksilla jo vuosituhansien ajan ja hiihto oli 1900-luvulle saakka kaikista helpoin tapa kulkea talvisin pitkiä matkoja erätaipaleita pitkin. (Artman 1994, 6.) Lisäksi hiihto on monipuolinen terveyttä edistävä liikuntamuoto. Hiihdettäessä koko kehon lihaksisto työskentelee yhdessä hengitys- ja verenkiertoelimistön kanssa ja samalla kehittyvät sekä tasapaino että lihaskunto. (Kantaneva 2009, 49.)

Hiihtoa on aina pidetty arvostettuna kansallislajina suomalaisten keskuudessa. Se on Suomen talvisista liikuntamuodoista yksi suosituimmista, vaikka elämäntapojen ja ilmaston muuttumisen myötä hiihdon suosio on muuttunut ja sen suosio harrastuksena on vaihdellut eri vuosikymmenten aikana. Viimeisten vuosien aikana on selvästi havaittavissa maastohiihdon suosion kasvaneen, kun välineet ovat kehittyneet ja talvet myös Etelä-Suomessa ovat olleet suosiollisempia hiihtämiseen. (Suomen Latu 2011.)

Hiihdon harrastajamääriä on selvitetty kahdessa eri tutkimuksessa vuosien 2009–2010 välisenä aikana. Metsäntutkimuslaitoksen tekemän talviharrastuksiin kohdistuvan tutkimuksen mukaan suomalaisista jo joka kolmas kertoo harrastaneensa maastohiihtoa edellisen hiihto-

kauden aikana. Hiihdon harrastamisen kertoja oli kuitenkin vähemmän kuin aiemmissa tehdyissä tutkimuksissa. Alueelliset erot ovat edelleen tutkimuksessa nähtävissä, sillä hiihdon harrastaminen lisääntyy siirryttäessä Etelä-Suomesta Itä- tai Pohjois-Suomeen. (Metla 2010.) Aikuisväestön keskuudessa tehdyn kansallisen liikuntatutkimuksen mukaan hiihtoa harrastaa joka viides 15–65-vuotias aikuinen. Aikaisempien tulosten perusteella harrastajamäärässä on tapahtunut vähentymistä, mutta sen katsotaan osittain johtuvan väestön ikääntymisestä, sillä nuorempien sukupolvien myötä uusien lajien merkitys on kasvanut. (Suomen kuntoliikuntaliitto 2010, 16–17.)

Hiihdosta on kehittynyt viimeisen sadan vuoden aikana monipuolinen talviliikuntalaji. Hiihdon historiassa erityisesti viimeiset kolme vuosikymmentä ovat olleet kaikista mullistavimpia hiihdon kehityksessä. 1970-luvulla kehitettiin ensin lasikuitusuksi, joka muuttui muoviseksi ja se syrjäytti nopeasti puusuksen myös kuntoilijoiden keskuudessa. Hiihtotyylinä käytettiin pelkästään perinteisen hiihtoa, kunnes 1970-luvulta alkaen yksipotkuisesta luistelupotkusta kehittyi erillinen luistelu- eli vapaan hiihtotyyli. Erillisiksi lajeiksi ne määriteltiin Kansainvälisen Hiihtoliiton (FIS) toimesta vuonna 1987. (Karppinen 2004.)

2.2 Perinteikäs massahiihto

Massahiihtoa kutsutaan myös pitkän matkan maastohiihdoksi, laturetkeksi tai hiihtomaratoniksi. Laturetki on kehittynyt 1950-luvulla Lauri Pihkalan laturetkiajatuksesta, jonka mottona oli ”ei matka tapa vaan vauhti”. Ne eivät ole hiihtokilpailuja, sillä niissä ei käytetä rintanumeroita eikä ole ajanottoa, vaan osallistujat hiihtävät oman aikataulunsa mukaan tietyn reitin. Nimellistä osallistumismaksua vastaan osallistuja saa reittikartan ja hiihdon päätteeksi diplomin. Hiihtoreitin varrella on myös huoltopisteitä, joista voi ostaa pientä evästä maksua vastaan. Laturetkiä järjestetään edelleen kymmenittäin ympäri Suomen. (Karhu 2001, 161; Artman 1994, 112.)

Massahiihto eroaa laturetkistä niiden kilpailullisen luonteen johdosta, vaikka näitä hiihtotapahtumia kutsutaan usein myös laturetkiksi. Kilpailullisen luonteen massahiihdosta tekevät yhteislähtö ja rintanumero. Osallistujat ovat sekä kuntohiihtäjiä että kilpahiihtäjiä ja osallistuminen tapahtumaan maksaa huomattavasti enemmän kuin laturetkille. Maksua vastaan osallistujat saavat kaikki hiihtoon liittyvät huoltopalvelut, joita ovat mm. ruoka-,

juoma- ja voitelupalvelu matkalla, sekä hiihdon jälkeen mitali, peseytymismahdollisuus ja kevyt ruokailu. (Artman 1994, 113.)

Massahiihtotapahtumilla on pitkät perinteet sekä koko maailman että Suomen historiassa. Maailman vanhimpana tapahtumana mainitaan Ruotsin Vasaloppet eli Vaasa-hiihto, jota on järjestetty jo vuodesta 1922 lähtien. Hiihdon idea on syntynyt Kustaa Vaasan pakoretkestä, joka keskeytyi Sälenissä, kun Moran kyläläiset päättivät osallistua Kustaa Vaasan ideomaan taisteluun Tanskan liittovaltiota vastaan. Vaasa-hiihdossa hiihdetään siis Kustaa Vaasan jälkiä Sälenistä 90 km:n matka Moraan. (Vasaloppet 2009.)

Suomen sotien jälkeen vuonna 1944 Suomen Hiihtoliiton toiveissa oli tarjota suomalaisille hiihtäjille erillinen yhteislähdöllä tapahtuva ylipitkän matkan kilpailu. Oululla ja erityisesti Oulun Hiihdolla oli hiihtojen järjestämisestä vuodesta 1889 lähtien pitkät perinteet ja näin päätettiin pyytää Oulun Hiihtojen yhteydessä järjestämään myös ylipitkän matkan hiihto. Oululaisten innokkuuden ansiosta jo vuonna 1945 järjestettiin Suomessa ensimmäiset ylipitkän matkan hiihtokilpailut. Ylipitkän matkan hiihdosta tuli alusta lähtien suosittu laji ja edelleenkin kyseistä pitkän matkan hiihtotapahtumaa järjestetään Oulun Tervahiihtona. (Leinonen 1989, 167.)

2.3 Massahiihtotutkimus

Koko maailmassa on pitkän matkan maastohiihtoa tutkittu kokonaisuutena todella vähän. Kaksi vuotta sitten julkaistun veteraanihiihtäjien sydämen terveyteen liittyvä tutkimus on monivuotinen seurantatutkimus, jossa selvitettiin miksi massahiihtoa tai muuta vastaavaa pitkäkestoista kestävyysurheilua aktiivisesti harrastavilla vanhemmilla miehillä on havaittu sydämen eteisvärinää useammin kuin harrastamattomilla miehillä. Tutkimukseen kutsuttiin 149 mieshiihtäjää, jotka olivat osallistuneet Norjassa hiihdettävään 54 km:n Birkebeiner massahiihtoon. Miehiä tutkittiin kolme kertaa vuosina 1976, 1981 ja 2004–2006 tekemällä miehille sydämen räsitus testi sekä levossa että rasituksessa. Miesten keski-ikä oli tutkimushetkillä 58,6, 74,9 ja 89,5. Tutkimuksessa havaittiin, että sydämen eteisvärinää ilmeni 12,8 miehistä. Tutkimuksen mukaan pidentynyt PQ-aika, sydämen harvalyöntisyys ja sydämen laajentuma lisäävät riskiä eteisvärinän syntymiselle. (Grimsdö, Grundvold, Mæhlum & Arnesen 2010.)

2.4 Hiihto terveystoimintalajina

Ihmisen fyysisellä aktiivisuudella tarkoitetaan kaikkea ihmisen tekemää lihastyötä, joka suurentaa ihmisen energiankulutusta lepotasoon nähden. Liikunta ja kuntoilu ymmärretään yleisesti säännölliseksi fyysiseksi aktiivisuudeksi, jonka tavoitteina ovat mm. kunnon kohottaminen ja liikunnan tuoman ”hyvän olon” saavuttaminen. Liikunnan ja kuntoilun ohessa käytetään myös terveystoiminta-termiä, joka mielletään usein kuormitukseltaan kevyemmäksi ja sen tavoitteena on oman terveyden edistäminen. Hiihto on todettu yhdeksi parhaimmaksi fyysistä kuntoa parantavaksi terveystoimintalajiksi, sillä hiihdettyessä koko kehon lihaksisto työskentelee yhdessä hengitys- ja verenkiertoelimistön kanssa. (Kotiranta, Sertti & Schroderus 2007, 8.)

Perinteisesti ihmisen fyysisen terveyden merkkinä on pidetty liikuntaan ja urheiluun liittyvää suorituskkyä, jolla tarkoitetaan yksittäisen liikkeen tai monimuotoisemman liikesarjan suorittamisen tasoa. Suorituskyyyn osa-alueita ovat kestävyys, voima, nopeus, liikkuvuus ja taito, jotka painottuvat eri liikuntalajeissa eri tavoin. Ihmisen terveystoiminnassa ei keskitytä pelkkään suorituskyyyn, vaan siihen on yhteydessä muutkin fyysisen kunnon osatekijät. Näitä osa-alueita ovat kestävyys eli hengitys- ja verenkiertoelimistön kunto, sujuva liikkuminen ja tasapaino, tuki- ja liikuntaelimistön kunto ja painon hallinta. (Kantaneva 2009, 49, 109; Kotiranta ym. 2007, 9;88; Litmanen, Pesonen, Renfors & Ryhänen 2006, 151.) Terveystoiminnan Käypä hoito-suosituksen mukaan aikuisen tulisi terveyden ylläpitämiseksi liikkua useina päivinä viikossa, mutta mieluiten päivittäin ja kerralla vähintään 30 minuutin ajan kohtalaisen rasittavalla teholla. Jo reipas kävelylenkki täyttää hyvin tämän vaatimuksen. Tämän annoksen voi kerätä myös päivän mittaan pienemmissä annoksissa. (Suomalainen Lääkäriseura Duodecim 2010.)

Hiihto on kestävyystoimintaa, jossa kestävyydellä tarkoitetaan elimistön omaa kykyä vastustaa mahdollisimman kauan fyysistä väsymystä vastaan. Lisäksi hiihto edistää koko kehon tasapainoa ja lihaskuntoa, sillä oikealla tekniikalla hiihdettyessä työskentelevät sekä suuret lihasryhmät jaloissa ja käsissä että keskivartalon lihakset. Tehokkaat, suurilla liikelajuuksilla tehtävät saumatyönnöt ja potkut vaativat voimaa, mutta voimaa tarvitaan myös asentojen ja liikesuuntien ylläpidossa, sillä hiihtäjän on hallittava motorisia toimintoja vaihtelevassa maastossa. (Kantaneva 2009, 49, 109; Kotiranta ym. 2007, 88) Myös nivelvammoista kärsivät ja iäkkäät voivat harrastaa hiihtoa, sillä siinä ei tule kovia iskuja nivelille. Hiihdettyessä

jokainen voi asettaa raskuustason oman kuntonsa tasolle säätelämällä vauhtia ja maaston vaihtelevuutta, joten hiihto sopii jokaisen kuntoliikuntamuodoksi. (Kujala 2002, 71)

Liikunnan positiivinen vaikutus ihmisen terveyteen on useiden tutkimusten mukaan täysin kiistaton. Liikunta vaikuttaa sekä ihmisen fyysiseen että psyykkiseen terveyteen. Fyysisesti liikunnan tuoma vaikutus nähdään liikuntaelimistön vahvistumisena lihaksissa, luustossa, nivelissä ja jänteissä. Liikunnan vaikutuksesta luuston verenkierto lisääntyy ja luuston sisältämän kalsiumin määrä kohoaa. Luuston heikkeneminen on nykyisin hyvin yleinen ongelma erityisesti vaihdevuosien ylittäneiden naisten keskuudessa. Parhaiten luuston heikkenemistä ja osteoporoottisia murtumia ehkäistään saavuttamalla mahdollisimman suuri luun huippumäärä kasvu- ja kehityskautena sekä hidastamalla sen menetystä myöhemmin elämässä. (Litmanen ym. 2006, 139.)

Kaikki liikunta, kuten hiihtäminen, auttaa torjumaan ylipainoa ja vaikuttaa suotuisasti aineenvaihduntaan. Ylipaino on lähes epidemian kaltainen sairaus, sillä se uhkaa ihmisen hyvinvointia jo kaikkialla maailmassa. Ylipainon vuoksi alttius sairastua moniin työkykyä alentaviin pitkäaikaissairauksiin kasvaa ja sillä on merkittävä vaikutus siirtymiselle ennenaikaiselle eläkkeelle. Erityisesti ylipaino lisää sekä tuki- ja liikuntaelinten sairauksia että sydän- ja verisuonisairauksia, mutta ylipainon johdosta kasvaa vaara sairastua myös moniin muihin kroonisiin tauteihin, joista yleisimmät ovat kohonnut verenpaine, aikuisiän diabetes ja nivelrikko. Ylipaino on metabolisen oireyhtymän tunnusomainen piirre. (Uusitupa 2009.)

Tutkimukset ovat osoittaneet, että elimistön rasvapitoisuuden säätelyssä on merkittävä rooli säännöllisellä liikkumisella. Erityisesti rasva-aineenvaihdunnassa tapahtuu pysyviä muutoksia harrastettaessa säännöllisesti kestävyystyypistä liikuntaa kuten hiihtoa. Näitä rasva-aineenvaihdunnan-muutoksia ovat veren kokonaiskolesterolin määrän pieneneminen ja hyvälaatuisen HDL-kolesterolin kohoaminen. Liikunnan johdosta rasvaa ei pääsekään kertymään kudoksiin, vaan sitä tarvitaan lihasten energian tuotannossa. (Kantaneva 2009, 14.)

Riski sairastua aikuisiän diabetekseen pienenee harrastettaessa säännöllisesti liikuntaa, sillä liikunta auttaa säilyttämään elimistön herkkyyden insuliinihormonille. Elimistössä insuliinin tarkoituksena on säädellä veren glukoositasapainoa, sillä ihmisen vanhetessa solut eivät reagoi glukoosiin enää yhtä herkästi ja näin veren glukoositasapainon säätely on vaikeampaa. Myös aikuisiäندیabetesta sairastavalle säännöllisellä liikunnalla saadaan merkittävä hyöty, sillä se vähentää jo olemassa olevan diabeteslääkityksen tarvetta. (Hall 2003, 13.)

Hiihtämällä voidaan vaikuttaa positiivisesti myös ihmisen sydämeen. Toistuvasti tapahtuvan liikunnan seurauksena sydänlihas vahvistuu ja kammioiden tilavuus suurenee. Vahvistunut sydän supistuu täydellisemmin ja sen johdosta sydämen pumppaustoiminta tehostuu ja sydän työntää joka pumppauskerralla enemmän verta elimistön verenkiertoon. Tämän johdosta sydämen syketiheys laskee ja sydän saa lyöntien väliin pitemmän lepotauon, jolloin sydänlihaksen oma ravintohuolto tehostuu. Tästä syystä hyväkuntoisen, kestävyysliikuntaa harrastaneen sydän ei joudu ponnistelemaan samanlaisessa rasituksessa yhtä paljon kuin huonokuntoisen sydän. (Hiltunen 2001, 67–68; Kantaneva 2009, 48.)

Ihmisen ääreisverenkiertoon on liikunnalla suosiollisia vaikutuksia. Liikunta laskee verenpainetta, sillä fyysinen aktiivisuus aiheuttaa muutoksia verenvirtauksessa ja verisuoniston ääreisvastuksessa. Liikunnan johdosta lihasten verenkierron teho paranee ja verenkierron säätely tehostuu. Myös hapen hyötykäyttö tehostuu. Kestävyystyyppinen liikuntasuoritus voi alentaa verenpainetta jo heti liikuntasuorituksen jälkeen ja säännöllisen liikunnan on todettu alentavan sekä ylä- että alapainetta noin viiden elohopeamillimetrin verran. (Kantaneva 2009, 14; Litmanen ym. 2006, 139.)

Liikunnan myötä ihmisen fyysinen suorituskky eli ns. kunto paranee. Säännöllisen kestävyystyyppisen liikunnan on todettu kasvattavan sekä keuhkojen tilavuutta että kaasujen vaihtoon tarvittavaa pinta-alaa, jolloin hengityselimistön hapenottokyky tehostuu. Tämän johdosta vereen virtaa enemmän happea ja hiilidioksiinin poistuminen on tehokkaampaa. Myös hengityslihakset vahvistuvat ja hengitys mukautuu paremmin liikuntasuorituksiin. Lisäksi tehostuneen entsyymitoiminnan vaikutuksesta elimistö pystyy käyttämään hapen paremmin hyväksi, jolloin ihmisen elimistön solutason hapensaanti paranee. Näistä kaikista syistä johtuen ihmisen hengitystiheys laskee lepotilassa eikä kovempi tehoinenkaan rasitus aiheuta hengästymistä yhtä helposti kuin ennen säännöllisen kestävyysliikunnan harrastamista. Hapenottokyvyn paranemisen lisäksi säännöllinen liikuntaa parantaa sekä suoritus- että palautumiskykyä. Säännöllisen liikunnan harrastamisen myötä liikunnan aiheuttamien kuormitusten sieto paranee, jolloin on nopeammin valmis uuteen liikuntasuoritukseen. (Kantaneva 2009, 14, 48.)

Liikunnalla on merkittävä rooli ihmisen fyysiselle hyvinvoinnille, mutta liikunnan merkitystä ihmisen mielelle eli psyykkiselle hyvinvoinnille ei voi myöskään olla huomioimatta. Hiihto vaikuttaa monen muun liikuntalajin tavoin myös ihmisen psyykkiseen hyvinvointiin, sillä kestävyystyyppisen liikunnan on osoitettu kohentavan mielialaa. Tutkimusten mukaan liikunta

piristää mielialaa ja sillä on merkittävä rooli sekä masennuksen ehkäisyssä että masentuneen hoidossa, sillä se on yhtä tehokas hoitomuoto kuin lääkkeet ja psykoterapia. Hiihdetessä raitis ilma ja ympärillä oleva luminen luonto on tehokas keino piristää mieltä ja estää masennusta. Masennuksen Käypä hoito- suosituksessa sanotaan, että liikunta voi keskeyttää masennusajatuksia ja kääntää huomion pois ikävistä ajatuksista. (Suomalainen Lääkäriseura Duodecim 2010.) Jo lyhytkin liikuntatuokio vaikuttaa positiivisesti mielialaan, vähentää stressiä, rauhoittaa aivojen sähköistä toimintaa ja saa aikaan hyvänolon tunteen. Liikuntaa vaikuttaa siis kokonaisvaltaisen positiivisesti ihmisen mielialaan. Se vähentää ylimääräistä jännitystä ja ahdistusta, auttaa ihmistä sietämään tehokkaammin stressiä ja jaksamaan paremmin nyky-päivän työelämän vaatimuksia ja jatkuvaa kiirettä. (Hall 2003, 12–13.)

3 MASSAHIIHDON KILPAILUJÄRJESTELMÄ

Massahiihtojen kilpailujärjestelmässä ei koskaan aikaisemmin ole kilpailtu Suomen mestaruudesta. Tämän johdosta Suomen Maastohiihto ry on kehittänyt hiihtokaudelle 2011–2012 massahiihtoon oman pitkän matkan SM-sarjan, jonka perusidea on lähtenyt maailmalla tunnetusta FIS Marathon Cupista. Kirjaimet SM tulevat sanoista Suomen ja Mestaruus, jolla tarkoitetaan urheilulajin kovatasoisinta ja arvostetuinta kilpailua, jonka voittaja on sillä hetkellä lajissaan Suomen paras. (Suomen Maastohiihto ry 2011b.)

Suomessa maastohiihdon kilpailuja on alettu järjestää 1800-luvulta lähtien. Urheilukirjallisuudessa ensimmäisiksi yleisiksi hiihtokilpailuiksi nimetään 23.3.1879 Tyrnävällä pidetyt hiihtäjät. Vuonna 1907 Suomen Voimistelu- ja Urheiluliitto (SVUL) käsitteli Suomen hiihtomestaruuskilpailujen järjestämistä, mutta vasta vuonna 1909 järjestettiin erimielisyyksien johdosta hiihtomestaruuskilpailut sekä Oulussa että Tampereella. Näiden kaksien kisojen sekaannusten vuoksi varsinaisesti Suomen Mestaruus eli SM-hiihdot katsotaan Suomessa alkaneen vuodesta 1911 lähtien. (Eljanko 1969, 6, 112.)

Kilpailujen matkat ja tekniikat ovat vaihdelleet vuosisadan saatossa useampaan kertaan. Nykyisin hiihdon Suomen mestaruuksista kilpaillaan useissa eri sarjoissa, sillä nuorille, yleisen sarjan hiihtäjille ja veteraaneille on omat kilpailutapahtumansa. Lisäksi uuden SM-sarjan myötä myös massahiihdoissa jaettiin talvena 2011–2012 ensimmäiset SM-mitalit (Suomen Hiihtoliitto 2011a). Kilpailuoikeus osallistua Suomen mestaruus kilpailuihin on kaikilla Suomen kansalaisilla, jotka ovat jäseniä suomalaisessa hiihtoseurassa ja heillä on voimassa oleva Suomen Maastohiihto ry:n myöntämä kilpailulisenssi. Lisäksi osallistujan on oltava kyseiseen kilpailuun vaadittavan ikäinen. (Suomen Hiihtoliitto 2010a, 4–5.)

3.1 Massahiihdon ulkomaalaiset kilpailujärjestelmät

Massahiihtotapahtumia järjestetään useita satoja ympäri maailman. Osa tapahtumista on yksittäisiä hiihtotapahtumia, mutta osa niistä kuuluu johonkin yhtenäiseen massahiihtotapahtumien sarjaan. Massahiihtotapahtumien sarjoja on useita, joista osa on kansainvälisiä ja osa ainoastaan yhdessä maassa toimivia, mutta niiden kaikkien tarkoituksena on hiihtoharrastuk-

sen edistäminen. Massahiihtotapahtumat eivät yleisesti ole kilpailuja, vaan niiden tarkoituksena on nauttia hiihtämisestä muiden hiihtäjien kanssa. Kansainvälisistä sarjoista tunnetuimmat ovat Worldloppet- ja Euroloppet-massahiihtosarjat. (The Rollerski Co 2011.)

Kaikista arvostetuin massahiihtojen kilpailujärjestelmä on Worldloppet Ski Federationin luoma Worldloppet-sarja, jossa tarkoituksena on hiihtää mahdollisimman monessa eri maassa ja maanosassa järjestettävissä massahiihtotapahtumissa. Worldloppet-sarja on perustettu vuonna 1978 Worldloppet Ski Federationin toimesta ja sen tarkoituksena on edistää pitkän matkan maastohiihtoa koko maailmassa. Worldloppet-sarjan massahiihtotapahtumia järjestetään vuosittain kaikkiaan viisitoista. Näistä viidestätoista yhdet hiihdetään Australiassa ja Aasiassa, kaksi Amerikan mantereella ja loput 11 eri puolilla Eurooppaa. Hiihtokauden aloittaa elokuussa hiihdettävä Australian Kangaroo Hoppet ja kauden päättää maaliskuussa Norjan Birkebeiner. Suomessa Finlandia-hiihto kuuluu mukaan Worldloppet-sarjaan. (Worldloppet General Secretariat 2011b.) Sarjan tarkoituksena ei ole kilpaileminen vaan nauttia hiihtämisestä yhdessä muiden samanhenkisten hiihtäjien kanssa. Sarjaan voi osallistua kuka tahansa ihminen ikään, sukupuoleen tai kuntotasoonsa katsomatta. Hiihtäjän osallistuttuaan kymmeen eri maassa käytyyn osakilpailuun, joista vähintään yksi on eri maanosassa, saat käyttöösi Worldloppet Master-kunnianimen. (Worldloppet General Secretariat 2011c.)

Worldloppet Ski Federation järjestää yhdessä Kansainvälisen Hiihtoliiton (FIS) kanssa erillisen FIS Marathon Cupin Worldloppet-sarjan yhteydessä. FIS Marathon Cupin sarjaa on järjestetty kaudesta 1999–2000 lähtien ja sen tarkoituksena on houkutella eliittitason kilpahiihtäjiä mukaan massahiihtoon sekä lisätä median ja katsojien kiinnostusta lajia kohtaan. FIS Marathon Cupissa kilpaillaan yhdessätoista osakilpailussa, jotka ovat Worldloppet-sarjaan kuuluvia massahiihtotapahtumia ja nämä osakilpailut vaihtelevat hiukan vuosittain. Jokaisesta osakilpailusta 30 parasta nais- ja mieshiihtäjää saa pisteitä Kansainvälisen Hiihtoliiton laatiman pistetaulukon mukaan (taulukko 1). Kauden päätteeksi lasketaan sarjaan osallistuneiden yhteispisteet, joiden perusteella kuusi parasta palkitaan rahapalkinnoin. Lisäksi jokaisesta yksittäisestä osakilpailusta kuusi parasta hiihtäjää saa rahapalkinnot. FIS Marathon Cupista on tullut vuosien saatossa todella suosittu ja sen suosio kasvaa vuosi vuodelta, sillä suuret rahapalkinnot houkuttelevat mukaan maailman parhaimpia eliittitason kilpahiihtäjiä. (Worldloppet General Secretariat 2011a.)

Taulukko 1. Massahiihdon kansainvälinen pistetaulukko (Suomen Hiihtoliitto 2011b)

sijoitus	pisteet		sijoitus	pisteet		sijoitus	pisteet
1.	100		11.	24		21.	10
2.	80		12.	22		22.	9
3.	60		13.	20		23.	8
4.	50		14.	18		24.	7
5.	45		15.	16		25.	6
6.	40		16.	15		26.	5
7.	36		17.	14		27.	4
8.	32		18.	13		28.	3
9.	29		19.	12		29.	2
10.	26		20.	11		30.	1

3.2 Suomen SM-sarja

Massahiihdoissa on kaudella 2012 mukana uusi pitkien matkojen SM-sarja, jonka perusidea on lähtenyt edellä mainitusta FIS Marathon Cupista. SM-sarjan tavoitteena on nostaa massahiihtojen arvostusta Suomessa ja saada SM-sarjan kautta massahiihdoille lisää näkyvyyttä mediassa. Samalla luodaan massahiihtoihin keskittyneille hiihtäjille mahdollisuus kilpailla kovatasoisissa kilpailuissa myös kotimaassa. Suomen mestaruuden kautta toivotaan myös Suomen maajoukkue-tason hiihtäjien kiinnostuvan kilpailemaan aktiivisemmin massahiihtotapahtumissa. Kun massahiihtotapahtumien media-arvo nousee, niin samalla myös kuntohiihtäjien kiinnostus kasvaa ja näin saadaan houkuteltua entistä enemmän myös kuntohiihtäjiä mukaan massahiihtotapahtumiin. (Suomen Maastohiihto ry 2011b.)

Pitkien matkojen SM-sarjassa kilpaillaan kuudessa eri massahiihtotapahtumassa. Kaiken kaikkiaan SM-sarjan osakilpailuja on kahdeksan, sillä kolme osakilpailua kuuluu Lapponia hiihtoviikkoon, jossa hiihdetään kolme erillistä matkaa. Suomessa järjestetään vuosittain 14 erillistä massahiihtotapahtumaa, joista jokainen hiihdetään eri paikkakunnalla ympäri Suomea. Kaikki SM-sarjan osakilpailut ovat siis jo olemassa olevia massahiihtotapahtumia ja niistä valitaan vuosittain kuusi kilpailua, jotka toimivat SM-sarjan osakilpailuina. Taulukossa 2 on esitetty SM-sarjan osakilpailujen suunnitelma kolmelle ensimmäiselle kaudelle. Näin SM-

sarjan osakilpailujen järjestelyvastuu on vuosittain eri massahiihtotapahtumilla. (Suomen Hiihtoliitto 2011a.)

Taulukko 2. SM-sarjan osakilpailujen suunnitelma vuosille 2011–2014 (Suomen Hiihtoliitto 2011b)

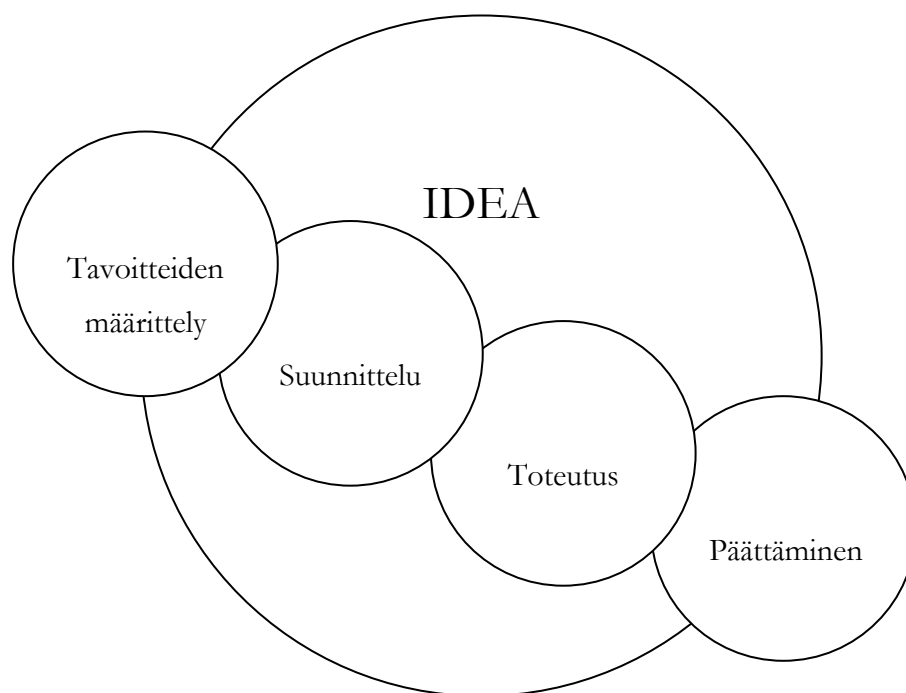
v. 2011-2012:	v. 2012-2013:	v. 2013-2014:
21.1.2012 Neljän Vuoren Hiihto (P) Jyväskylä	Savonia Hiihto (P) Mikkeli	Hyvinkää Expert (P) Hyvinkää
12.2.2012 BotniaVasan Hiihto(P) Vöyri	Kauha-Hiihto (P) / Kau- hajoki Jämi 42 SKI (P)	Fäboda Hiihdot (P) Pietarsaari
25.2.2012 Finlandia-hiihto (P) Lahti	Finlandia-hiihto (P) Lahti	Finlandia-hiihto (P) Lahti
10.3.2012 Oulun Tervahiihto (V) Oulu	Ukko-Halla Hiihto (P) Paljakka	Helenan Hiihto (V) Pyhäjärvi
17.3.2011 Pogostan Hiihto (P) Ilomantsi	Vuokatti-Hiihto (V) Vuokatti	Saami Ski Race (V) Enontekiö
26.–30.3.2011 Lapponia (3 matkaa, V) Muonio	Lapponia (3 matkaa, V) Muonio	Lapponia (3 matkaa, V) Muonio

Pitkien matkojen SM-sarjassa on ainoastaan naisten ja miesten yleinen sarja. Siihen voivat osallistua kaikki Suomen kansalaiset, joilla on voimassa oleva Suomen Hiihtoliiton myöntämä kilpailulisenssi. Jokaisesta osakilpailusta jaetaan pisteitä 30 parhaalle hiihtäjälle. Pistetaulukko on sama, mitä käytetään yleisesti Kansainvälisen Hiihtoliiton (FIS) kilpailussa (Taulukko 1, s. 12). Jokaisesta osakilpailusta palkitaan vähintään kolme parasta nais- ja mieshiihtäjää. SM-sarjan kokonaistuloksiin lasketaan mukaan kaikki ne hiihtäjät, jotka ovat osallistuneet kauden aikana vähintään viiteen SM-sarjan osakilpailuun. Näiden kokonaistulosten mukaan jaetaan kauden viimeisen osakilpailun jälkeen SM-mitalit kolmelle parhaalle nais- ja mieshiihtäjälle. (Suomen Hiihtoliitto 2011a.)

4 MASSAHIIHTOTAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Yleisötapahumat ovat luonteeltaan ja teemaltaan hyvin erilaisia vaihdellen kulttuuritapahtumista urheilukilpailuihin. Yhteistä näille kaikille on niiden monitahoisuus järjestäjän kannalta. Massahiihtotapahtuma on yleisötapahuma, jonka järjestämisessä on otettava huomioon useita asioita ja ennakolta kukaan ei voi tietää vastauksia kaikkiin asioihin. Massahiihtotapahtuman osallistujan on usein lähes mahdoton pystyä kuvittelemaan ennakolta tehtyä työmäärä, mitä vaaditaan tehtäväksi ennen kuin tapahtuma varsinaisesti toteutetaan. Päivän tai viikon kestävään tapahtumaan on tehty usein jopa vuosien valmistelutyö. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 23.)

Kaikkien tapahtumien järjestämisen alkuvaiheessa myös järjestävän tahon on vaikea käsittää, mitä kaikkea tapahtuman järjestämiseen kuuluu, mistä pitäisi selvittää ja mistä suuren työmäärän aloittaisi. Tämän johdosta tapahtumaa käsitellään usein projektityönä, jolloin järjestämistä helpottavat selkeät tavoitteet ja erillinen aikataulu. Projekti etenee vaiheittain ja se alkaa aina hyvästä ideasta. Ideaa seuraavat tavoitteiden määrittely, suunnittelu, toteutus ja päättäminen. Näistä muodostuu tapahtumaprojektin elinkaari, joka on kuvattu kuviossa 1. (Iiskola-Kesonen 2004, 8.)



Kuvio 1. Tapahtumaprojektin vaiheet (Iiskola-Kesonen 2004, 8)

Tapahtumaprojektin vaiheet ovat kaikki tärkeitä tekijöitä, jotta tapahtumasta tulisi onnistunut kokonaisuus. Tavoitteiden määrittely ja suunnittelu on tärkeä tehdä huolellisesti ja perusteellisesti. Hyvän idean on muotouduttava suunnittelemalla konkreettisiksi tavoitteiksi, jotta saavutettaisiin parhaat keinot näihin tavoitteisiin pääsemiseksi. Suunnitteluun on myös varattava tarpeeksi aikaa, sillä huolellisella suunnittelulla tapahtuman toteutus on helpompaa ja tapahtumalla on suuremmat mahdollisuudet onnistua hyvin. (Iiskola-Kesonen 2004, 8–9.)

4.1 Ideointivaihe

Tapahtuman ideointivaihe on kuin punainen lanka, jonka ympärille koko tapahtuma rakennetaan. Ideointivaiheen alussa on hyvä lähteä liikkeelle ajatuksesta, miksi massahiihtotapahtuma halutaan järjestää ja mikä on tapahtuman tavoite. Tavoite voi olla taloudellinen, osallistujien viihdyttäminen tai mikä tahansa muu, mutta kaikkien päätöksentekijöiden on oltava yhtä mieltä asiasta, jotta tavoite on mahdollista saavuttaa. Tavoitteen selvittyä on mietittävä tarkemmin tapahtuman sisältöä ja mitä mahdollisia esiintyjä tai oheispalveluja tapahtuman onnistuminen vaatii. Näiden jälkeen on pohdittava, kenelle tapahtuma aiotaan järjestää eli ketkä ovat tapahtuman potentiaaliset osallistajat. (Kauhanen ym. 2002, 36.)

Massahiihtotapahtuman ajankohdalla on erittäin suuri merkitys tapahtuman onnistumisen kannalta. Olipa tapahtuma kuinka kiinnostava, mutta jos sen ajankohta ei ole oikea, niin mahdollisten osallistujien määrä tapahtumassa saattaa jäädä heikoksi. Tapahtumapaikan lähi-alueelta olisi selvitettävä muut samankaltaiset tapahtumat ja niiden järjestämisen ajankohdat, jotta välttyttäisiin mahdollisilta päällekkäisyyksiltä. Myös suuret yleisesti ihmisiä kiinnostavat televisioitavat urheilutapahtumat vaikuttavat osallistujien kiinnostavuuteen osallistua massahiihtotapahtumaan. Lisäksi ajankohdan valintaan vaikuttavat vuodenaajat, pyhäpäivät ja ihmisten lomakaudet. Tapahtuman kesto on myös tarkasti huomioitava, jotta se saataisiin vietyä asianmukaisesti läpi. On myös muistettava, että tapahtumalla on aina selkeä aloitus ja päätös. (Vallo & Häyrynen 2003, 165; Watt 2001, 6.)

Massahiihtotapahtuman paikkaa valitessa on otettava huomioon hiihtotapahtuman luonne ja keitä ovat osallistajat. Tapahtuman onnistumiseen vaikuttavat paikan sijainti, sen tavoitettavuus, käytettävät tilat, oheispalvelut ja paikan oma imago. Paikan etäisyydellä ei ole oleellista merkitystä, vaan enemmänkin merkitsee millainen imago paikalla on osallistujien mielikuvis-

sa. Lisäksi tapahtumapaikan olisi oltava tapahtuman luonteen mukainen, jotta osallistujat kokisivat viihtyvänsä tapahtumassa. Tapahtumaan saapuminen pitäisi olla mahdollista sekä yleisellä kulkuneuvoilla että omalla autolla. Tilojen koko ja riittäminen on myös tarkasti huomioitava, sillä tapahtuma saattaa kasvaa suuremmaksi kuin ennakolta osattiin odottaa. Tällöin olisi tarpeen tilojen mahdollinen laajentaminen ja oheispalvelujen lisääminen. Tapahtumapaikka on hyvä tarkastaa kriittisellä näkökannalla aina hyvissä ajoin etukäteen, jotta se varmasti soveltuu tapahtuman järjestämiseen mahdollisimman hyvin. (Kauhanen ym. 2002, 38; Watt 2001, 6–7.)

4.2 Tavoitteiden määrittely

Massahiihtotapahtuman järjestäjän on jo tapahtumaprojektin alkuvaiheessa selvitettävä itselleen ja työryhmälleen tapahtuman ensisijaiset tavoitteet. Niitä on jo ideointivaiheessa pohdittu, mutta tässä vaiheessa ne olisi määriteltävä vielä selkeimmiksi konkreettisiksi asioiksi. Näin ne edesauttavat tapahtuman jatkosuunnittelua ja toteutusta. Käytännössä tavoitteita on aina useita, mutta niiden määrittämisen jälkeen on helpompi miettiä käytännön asioita asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Tapahtumien tavoitteet voivat olla esimerkiksi taloudellisia, imagollisia tai kilpailullisia. (Kauhanen ym. 2002, 45; Vallo & Häyrinen 2003, 120–121.)

Tavoitteita määriteltäessä keskeisimpänä on miettiä miksi ja kenelle tapahtuma tehdään. Tapahtuman vastuut, velvollisuudet ja oikeudet on myös selvitettävä, jotta tiedetään miten toimia vahinkotilanteessa. Järjestäjien on myös varauduttava mahdolliseen taloudelliseen tappioon tai jos talous jää plussan puolelle, niin miten voitto jaetaan. Lisäksi tavoitteissa olisi mietittävä, onko tapahtumasta tarkoitus tehdä kertaluontoinen vai jatkuva. (Iiskola-Kesonen 2004, 8; Vallo & Häyrinen 2003, 120–121.)

4.3 Suunnitteluvaihe

Huolellisen etukäteissuunnitelman merkitystä ei voi tarpeeksi korostaa onnistuneen tapahtuman luomisessa. Tapahtuman suunnitteleminen on siis aloitettava tarpeeksi aikaisin. Massahiihtotapahtuman käytännön asioita suunniteltaessa on suunnittelemiseen suositeltavaa ottaa mukaan kaikki projektissa mukana olevat jäsenet. Näin saadaan mahdollisimman mo-

nen mielipiteet ja ideat esille ja samalla he myös sitoutuvat tiiviimmin tulevan tapahtuman tavoitteisiin. Sen johdosta todennäköisyys tapahtuman onnistumiseksi myös kasvaa. Suunnitteluvaihe on kaikista pisin ja eniten aikaa vievin vaihe koko tapahtumaprojektissa. Massahiihtotapahtuman luonteesta ja laajuudesta riippuen se voi viedä kuukausia tai jopa vuosia. (Kauhanen ym. 2002, 48; Vallo & Häyrinen 2003, 179.)

Huolellinen tapahtuman ennakkosuunnittelu auttaa järjestäjiä arvioimaan, ovatko tapahtuman tavoitteet realistiset ja selkeästi määritellyt. Suunnittelun kautta löydetään keinot, joilla tavoitteet ovat saavutettavissa onnistuneen tapahtuman luomiseksi. Tärkeää on pohtia myös tapahtuman järjestämisessä mahdollisesti esiintyviä riskejä ja uhkia, jotta osataan varautua muuttuviin olosuhteisiin. Massahiihtotapahtumissa erityisesti tapahtuman aikaisella säällä on merkittävä rooli tapahtuman onnistumisessa. Järjestäjien on myös uskallettava luottaa omiin suunnitelmiin. Selkeän suunnitelman avulla säästetään aikaa, käytetään olemassa olevia resursseja monipuolisemmin ja johdetaan eri toimintoja paremmin. (Iiskola-Kesonen 2004, 9–10.)

4.4 Toteutusvaihe

Tapahtuman toteutusvaihe on se hetki tai ne hetket, jolloin koko ennakolta tehty suunnitelma muutetaan käytännöksi. Massahiihtotapahtumissa päävastuu on tapahtumapäälliköllä, joka huolehtii, että järjestelyt sujuvat suunnitelman ja aikataulujen mukaan. Ammattitaitoisensa tapahtumapäällikön avulla ei saada aikaiseksi onnistunutta tapahtumaa, vaan kaikkien tapahtumassa työskentelevienkin on tiedettävä omat tehtävänsä ja roolinsa. Pelkkä työntekijöiden hyvä koulutus ja perehdyttäminen eivät riitä, vaan erityisen tärkeää on luoda kannustava yhteishenki ja tunnelma, joka innostaa työntekijöitä tekemään parhaansa massahiihtotapahtuman hyväksi. Onnistuneen tapahtuman läpiviemiseksi tarvitaan kaikkien osapuolten sujuvaa yhteistyötä. Massahiihtotapahtuman alkaessa on kaiken oltava valmista. Tapahtumapäällikkö ei osallistu mihinkään kiinteään tehtävään, vaan hän tarkkailee tapahtuman onnistumista ja on valmis ratkomaan mahdollisia ongelmatilanteita. Usein osaavat ja koulutetut työntekijät selviävät pienistä ongelmista itsenäisesti. (Iiskola-Kesonen 2004, 9–10; Vallo & Häyrinen 2003, 184–186.)

Tapahtuman toteutumisvaiheesta voidaan Vallon ja Häyrisen (2003, 184) mukaan erottaa kolme erillistä vaihetta, jotka ovat rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Rakennusvaihe vie yleensä eniten aikaa, sillä silloin rakennetaan kaikki puitteet tapahtuman varten valmiiksi. Tapahtuman suunnittelu vie usein viikkoja, kuukausia tai jopa vuosia, mutta tapahtuma itsessään vie vain hetken suunnittelemiseen verrattuna. Kun tapahtuma alkaa, ei ole kirjoakaan enää tehtävissä, vaan tapahtuma menee suunnitelman mukaan eteenpäin mahdollisista eteen tulevista ongelmista huolimatta. Tapahtuman päätyttyä alkaa purkuvaihe, joka vie usein vähemmän aikaa kuin rakennusvaihe.

4.5 Jälkimarkkinointivaihe

Yleisötapahtuman toteutusvaiheen jälkeen on aika päättää ja arvioida tapahtuma ja sen toteutus selkeästi. On siis tapahtuman jälkimarkkinoinnin aika. Kauhasen ym. (2002, 125) mukaan jälkimarkkinointi voidaan jakaa neljään eri osaan, jotka ovat tapahtuman onnistumisen arviointi, tapahtuman työntekijöiden ja yhteistyökumppaneiden kiittäminen, tapahtuman työntekijöiden palkitseminen ja kirjallisen loppuraportin tekeminen.

Tapahtuman onnistumisen arviointi on keskeinen vaihe koko tapahtuman jälkimarkkinointivaiheessa. Tapahtuman koosta huolimatta tapahtuman arviointi kuuluu tärkeänä osana tapahtuman järjestämiseen. Arviointia tehdään sekä tapahtuman päätyttyä että jo projektin aikana kaikissa muissakin vaiheissa. Järjestäjien on jo alussa sovittava tietyistä arviointikriteereistä, joiden perusteella varsinainen arviointi tehdään. Arvioinnissa huomioidaan aikataulujen pitävyyttä, taloudellisuutta, yhteistyökumppanien sitoutuneisuutta, resurssien riittävyyttä, tapahtuman laatua ja tapahtuman vaikutusta järjestäjän imagoon. (Kauhanen ym. 2002, 125; Watt D. 2001, 75.)

Arviointi jakautuu kahteen osioon. Ensimmäisessä vaiheessa on tärkeää selvittää osallistujien mielipiteet tapahtumasta. Yleensä halutaan tietää, miten osallistujat kokivat tapahtuman, päästiinkö tapahtumalle asetettuihin tavoitteisiin, mitä olisi voitu tehdä toisin ja mikä oli osallistujien mielestä parasta. Arviointia voi kerätä sekä suullisesti että kirjallisesti joko paperisina tai sähköisinä palautekyselyinä. Kirjallinen palaute kerätään usein jo tapahtuman yhteydessä tai muutaman päivän kuluessa tapahtuman toteuttamisen jälkeen, jotta tapahtuma olisi vielä hyvin muistissa. Myös kaikki järjestäjien saamat suulliset palautteet olisi hyvä kirjata ylös, sillä

usein suullisessa palautteessa tulee ilmi eri asiat kuin kirjallisessa palautteessa. Kaikilta tapahtuman järjestelyissä mukana olleilta olisi myös hyvä kerätä palautetta. Palautteessa tuodaan esille, miten järjestäjät kokivat tapahtuman, missä onnistuttiin ja missä olisi vielä parantamisen varaa. Palautekyselyiden lisäksi massahiihtotapahtuman jälkeen pidetään välittömästi kriittikpalaveri, joka on arviointivaiheen toinen osio. Palaveriin osallistuu tapahtuman järjestelyistä vastanneet henkilöt. Palaverissa käydään läpi tapahtuman kulku, onnistumiset ja epäonnistumiset. Näin saadaan arvokasta tietoa tulevaisuutta varten. (Kauhanen ym. 2002, 125–126; Vallo & Häyrinen 2003, 203–206.)

Tapahtuman jälkimarkkinointiin kuuluu myös kaikkien tapahtumassa mukana olleiden kiittäminen. Tapahtuman yhteistyökumppaneita, sidosryhmiä ja sponsoreita on hyvä kiittää antamastaan panoksestaan ja tuestaan. Myös esiintyjiä ja puhujia on muistettava huomioida. Jos tapahtuma on onnistunut tai jopa ylittänyt tavoitteensa, niin pieni muistolahja tapahtumasta on huomaavainen ele kiitokseksi. Tapahtuman järjestämiseen osallistuneita työntekijöitä on hyvä muistaa sekä kiittäen että pienen kiitostilaisuuden muodossa. (Iiskola-Kesonen 2004, 12; Vallo & Häyrinen 2003, 201–202.)

Kirjallisen loppuraportin laadinta kuuluu tapahtuman päätyttyä yhtenä osana tapahtuman järjestäjien vastuuseen. On tärkeää dokumentoida kaikki oleellinen tieto yhdeksi kokonaisuudeksi. Loppuraporttiin liitetään tehdyt suunnitelmat, mitatut tulokset, mahdolliset valokuvat tai leikekirja tapahtumasta ja tapahtuman budjetti toteutuneineen kuluineen. Loppuraportin ideana on tehdä dokumentti, jossa kerrotaan mikä meni hyvin, mikä toimi hyvin ja missä olisi parantamisen varaa. Loppuraportti tulisi tehdä mahdollisimman nopeasti tapahtuman päätyttyä, jotta kaikki negatiiviset ja positiiviset asiat olisivat vielä järjestäjien muistissa. (Iiskola-Kesonen 2004, 12; Vallo & Häyrinen 2003, 207.)

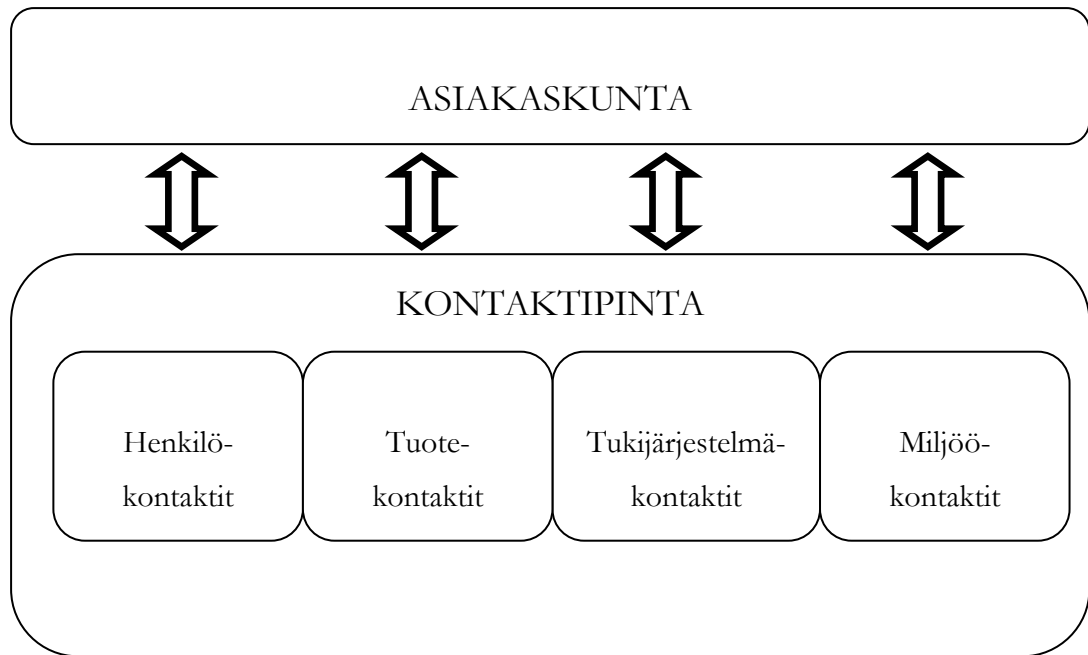
5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Yritysten ja tapahtuman järjestäjien tärkein tavoite on tyytyväiset asiakkaat. Asiakkaat ovat tyytyväisiä, kun tapahtuman tarjoamat tuotteet, palvelut ja kokemukset vastaavat asiakkaiden odotuksia. Kaikkien asiakkaiden toiveita ja tarpeita ei ole mahdollista eikä myöskään tarkoituksenmukaista toteuttaa, mutta asiakkaiden hyväksi olisi pyrittävä tekemään parhaansa olemassa olevien resurssien mukaan. Ilman tyytyväisiä asiakkaita tapahtumalla ei ole tulevaisuutta. (Anttila & Iltanen 2001, 50; Lecklin 2006, 105.)

Asiakastyytyväisyys muodostuu sekä asiakkaasta että tyytyväisyydestä. Asiakastyytyväisyydellä tarkoitetaan sitä kokemusta, jonka asiakas luo yrityksestä tai tapahtumasta. Asiakkaalla tarkoitetaan henkilöä tai organisaatioita, jonka kanssa on syntynyt asiakassuhde. Perinteisesti asiakassuhde syntyy, kun asiakas ostaa tuotteen tai palvelun ensimmäisen kerran. Asiakkaita ovat myös ne ihmiset, joiden kanssa tapahtuman järjestämisprosessin aikana on oltu tekemisissä. He ovat näin olleet kontaktisuhteessa tapahtumaan. Asiakastyytyväisyyttä siis syntyy, vaikka perinteistä ostokontaktia ei olisi asiakkaan ja tapahtuman välillä. (Rope & Pöllänen 1998, 27.)

Asiakkaan tyytyväisyydellä tarkoitetaan asiakkaan positiivista tunnereaktiota palvelukokemukseen. Asiakas on tyytyväinen, kun palvelu vastaa tai antaa enemmän kuin asiakas odotti. Jos asiakkaan odotukset olivat suuremmat kuin asiakkaan kokema hyöty, niin asiakas on pettynyt ja näin tyytymätön kokemaansa palveluun. Asiakastyytyväisyys syntyykin siis odotusten ja kokemusten vertailusta. (Ylikoski 1999, 109.)

Asiakkaan ollessa kontaktissa yrityksen tai tapahtuman kanssa, syntyy asiakastyytyväisyyden edellyttämä kontaktipinta asiakkaan ja tapahtuman välille. Onnistuneen asiakassuhteen edellyttämä tyytyväisyys syntyy siitä, millaiseksi tapahtumassa mukana ollut henkilö kokee kontaktipinnan. Kontaktipinta sisältää kaikki asiakkaan ja tapahtuman väliset kontaktit, jotka ovat esitelty kuviossa 2. Näitä kontakteja ovat henkilöstö-, tuote-, tukijärjestelmä- ja miljöökontaktit. Kaikista näistä kontakteista syntyy kokemuksia, jotka vastaavat asiakkaan ennako-odotuksia tai luovat ennako-odotuksista poikkeavia kokemuksia joko negatiiviseen tai positiiviseen suuntaan. (Rope 2000, 536–537.)



Kuvio 2. Tapahtuman ja asiakasverkoston välinen kontaktipinta (Rope 2000, 537)

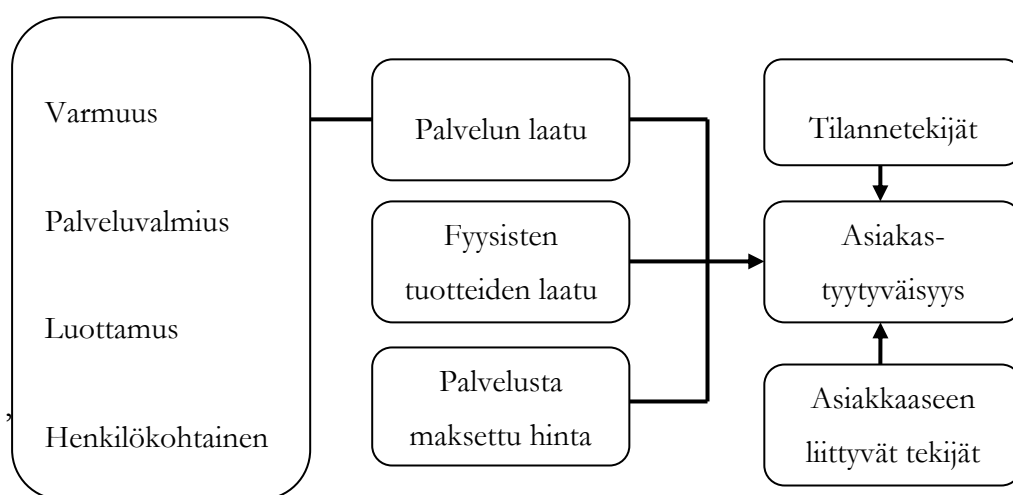
Tyytyväinen asiakas on parasta mainosta tapahtumalle. Tyytyväiset asiakkaat kertovat hyvistä kokemuksistaan muille henkilölle ja he myös palaavat uudelleen. 3/11-säännön mukaan tyytyväinen asiakas kertoo tyytyväisyydestään kolmelle henkilölle, kun taas tyytymättömyydestä kerrotaan jopa yhdelletoista henkilölle. Tämän perusteella on siis vaikea väittää, ettei asiakas tyytyväisyydellä olisi tapahtuman jatkuvuudelle ja sen kannattavuudelle suurta merkitystä. (Anttila & Iltanen 2001, 51.)

5.1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Asiakas käyttää yrityksen tai tapahtuman palvelua tyydyttääkseen jonkin tarpeensa. Usein asiakkaan tarpeet ovat kuitenkin palveluja käytettäessä tiedostamattomia, kuten esimerkiksi it-searvostuksen ja yhteenkuuluvuuden tarpeiden tyydyttäminen. Sen johdosta tyytyväisyyden kokemus muodostuu tiedostettujen hyötyjen tuoman kokemusten kautta, jonka asiakas kokee palvelun ostaessaan. Asiakkaan kokemaa tyytyväisyyttä tuottavat sekä palvelun ominaisuudet että palvelun käytön seuraukset. Esimerkiksi massahiihtotapahtumassa osallistuja, joka koki hiihdon aikana saamansa juomatarjoilut riittäväksi ja toimivaksi on helpommin tyytyväinen koko tapahtumaan kuin osallistuja, joka ei saanut tarpeeksi juotavaa. Hyvinkin pieni

ja mitättömältä tuntuva palvelun puute saattaa saada asiakkaan tyytymättömäksi koko tapahtumaa kohtaan. (Ylikoski 1999, 151–153.)

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä on useita. Erityisesti asiakkaan kokeman laadun ja asiakkaan kokeman tyytyväisyyden välillä on hyvin läheinen yhteys. Yleisen käsityksen mukaan asiakkaan kokema ja havaitsema laatu on suppeampi käsite kuin tyytyväisyys. Havaittu laatu on yksi tyytyväisyyteen vaikuttava tekijä. Muita asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä ovat fyysisten tuotteiden laatu, palvelusta maksettava hinta, asiakkaaseen liittyvät ominaisuudet ja tilannetekijät. Kuvio 3 kuvaa asiakkaan kokeman laadun ja tyytyväisyyden muodostumisen yhteyttä toisiinsa. (Lämsä & Uusitalo 2003, 62; Ylikoski 1999, 153.)



Kuvio 3. Asiakkaan kokeman laadun ja tyytyväisyyden muodostuminen (Lämsä & Uusitalo 2003, 62)

Tärkeä asiakastyytyväisyyteen vaikuttava tekijä on myös asiakkaan saama arvo. Asiakkaan saamalla arvolla tarkoitetaan, kuinka paljon asiakas kokee itse panostavansa palveluun verrattuna saamiinsa hyötyihin. Asiakas arvioi rahallisten kustannusten lisäksi myös ostamisesta hänelle aiheutunutta vaivannäköä. Asiakkaan vertaillessa sekä rahallisia kustannuksia että vaivannäköä verrattuna palvelusta saamaansa hyötyyn, asiakkaalle syntyy mielikuva mikä hänen saamansa arvo on. Palvelun arvo voi olla hyvin pieni tai sitä ei ole lainkaan, jos asiakas kokee maksaneensa palvelusta enemmän kuin sen arvo on. Näin ei synny asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 1999, 153–155.)

5.2 Asiakkaan tyytyväisyysaste

Tyytyväinen asiakas on aina yrityksen ja tapahtuman järjestäjien tavoite, mutta tyytyväisyysasteen toinen puoli on tyytymätön asiakas. Tyytymättömät asiakkaat ovat riskiryhmä, sillä he kertovat saamastaan viallisesta tuotteesta tai huonosta palvelusta monelle. Tyytyväisyys muodostuu asiakkaan kokemusten ja odotusten kautta. Asiakkaalla on ennakolta tietyt odotukset, joita hän vertailee omiin kokemuksiinsa, joiden perusteella syntyy asiakkaan tyytyväisyys. Asiakkaan odotustasoja on erilaisia, mutta yleisesti ne jaotellaan kolmeen osaan, joita ovat ihanne-, ennakko- ja minimiodotukset. Ihanneodotukset kuvaavat asiakkaan oman arvomaailman mukaisia toiveita, joita hän odottaa joko tapahtumalta tai tuotteelta. Ennakko-odotukset tarkoittavat sitä odotustasoa, joka asiakkaalla on tuotteen tai tapahtuman eri ominaisuuksien suhteen. Ominaisuuksia ovat mm. hinta, laatu ja palvelu. Ennakko-odotukset ovat asiakkaan mielikuva tapahtumasta tai tuotteesta eli se on käsitteellisesti sama asia kuin imago. Minimiodotukset kuvaavat sitä vähimmäistasoa, jonka asiakas edellyttää joko tapahtuman tai tuotteen toiminnalta. (Rope 2000, 538–542.)

Asiakastyytyväisyyden mittarina käytetään yleensä valitusten määrää. Valitukseen on reagoitava mahdollisimman nopeasti, jotta asiakkaan luottamus säilyisi ja asiakassuhde säilyisi. Asiallisella ja nopealla valituksen käsittelyllä ja mahdollisella vahingon korvaamisella on mahdollista kääntää asiakkaan tyytymättömyys tyytyväisyydeksi. (Lecklin 2006, 104–113.) Asiakas, joka kokee olevansa tyytyväinen sekä ostamaansa tuotteeseen ja saamaansa palveluun, osallistuu tapahtumaan mielellään toistamiseen. Tyytymättömät asiakkaat taas eivät käytä palveluja uudelleen. Edellä esiteltiin, että 3/11-säännön mukaan tyytyväinen asiakas kertoo tyytyväisyydestään kolmelle henkilölle, kun taas tyytymätön asiakas kertoo jopa yhdelletoista. Toisessa tutkimuksessa ilmeni, että 27 tyytymättömästä asiakkaasta vain yksi valitti, kun 26 muuta pettynyttä jätti valittamatta. Valitettavan usein asiakkaat ajattelevat, että valituksella ei olisi mitään vaikutusta. Näin tapahtuman järjestäjille jää riski, että tyytymätön asiakas ei osallistu tapahtumaan uudelleen. (Lahtinen & Isoviiita 1998, 4–5.)

5.3 Asiakastyytyväisyystutkimus

Jokaisella yrityksellä ja tapahtuman järjestäjillä on olemassa ainakin jonkinlainen käsitys siitä, ovatko asiakkaat tyytyväisiä heidän toimintaansa. Tapahtuman johdolla on asiasta oma käsi-

tyksensä, ja asiakkaiden kanssa työskentelevillä tapahtuman toteuttajilla omansa. Asiakkaiden tekemien valitusten perusteella saadaan yleisesti tietoa asioista, joihin asiakkaat ovat tyytymättömiä. Tämä tieto ei yksistään riitä, sillä se ei kerro kattavasti kaikkia asioita eikä myöskään kaikkien asiakkaiden mielipiteitä. Asiakastyytyväisyyden ja siihen liittyvien tekijöiden selvittämiseksi tarvitaan tietoa suoraan asiakkailta. (Ylikoski 1999, 155.)

Ropen (2000, 433) ja Ylikosken (1999, 156) mukaan asiakastyytyväisyystutkimus on markkinointitutkimusta, joka mittaa asiakkaan tyytyväisyyttä yrityksen toimintaa tai tapahtuman järjestämistä kohtaan. Se kohdistuu tapahtuman ja asiakkaan välisen kontaktipinnan toimivuuteen, joka on aiemmin esitelty kuviossa 2 (s. 21). Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteena ei ole ainoastaan tutkia asiakkaiden tyytyväisyyttä, vaan myös pyrkiä tutkimuksen tiedon avulla parantamaan sitä.

Asiakastyytyväisyystutkimuksilla on neljä päätavoitetta. Näistä ensimmäinen tavoite on asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien tekijöiden selvittäminen, jolloin selvitetään, mitkä tekijät tapahtuman järjestämisessä tuottavat tyytyväisyyttä asiakkaille. Toinen tavoite on tämän hetken asiakastyytyväisyyden mittaaminen, jotta tiedettäisiin, kuinka hyvin tapahtuma selviytyy asiakastyytyväisyyden tuottamisessa. Kolmantena tavoitteena on toimenpide-ehdotusten tuottaminen. Saatujen tulosten perusteella tapahtuman järjestäjät tietävät, minkälaisia toimenpiteitä toiminnan kehittäminen vaatii ja mikä on näiden toimenpiteiden tärkeysjärjestys. Viimeisin tavoite on asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta. Seurannan tulisi olla säännöllistä, jotta nähtäisiin, miten asiakastyytyväisyys kehittyy toimenpiteiden johdosta. (Rope & Pöllänen 1998, 83; Ylikoski 1999, 156.)

Maastohiihtoon liittyviä asiakastyytyväisyystutkimuksia on sekä Suomessa että koko Euroopassa tehty todella vähän. Kajaanin Ammattikorkeakoulussa on tehty vuosina 2003 ja 2008 Vuokattihihtoon liittyvät asiakastyytyväisyystutkimukset, jotka ovatkin ainutlaatuisia koko Suomen mittakaavassa. Mistään muusta tapahtumasta ei ole vastaavia tehty. Vuokattihihtoon 2008 asiakastyytyväisyystutkimuksista kävi ilmi, että asiakkailta saatu palaute oli valtaosaltaan positiivista ja järjestäjät saivat tapahtuman onnistuneesta läpiviemisestä hyvän kokonaisarvosanan hiihtoon osallistuneilta. Esimerkiksi järjestelyiden onnistumisesta kertoo, että 93 % vastaajista antoi kilpailukanslian toimivuuden arvosanaksi joko hyvän tai kiitettävän. Latujen kunnostakin hyvän tai kiitettävän arvosanan antoi 87 % vastaajista. Myös Vuokattihihtoon ilmoittautuminen oli vastaajien mielestä helppoa, sillä 95 % vastaajista koki ilmoittautumisen helppouden joko hyväksi tai kiitettäväksi. (Pyykkönen 2008, 35.)

Vuokattihihdon 2008 tutkimuksen tuloksia vertailtiin myös edellisen vuoden 2007 Vuokattihihdosta tehtyyn tutkimukseen, jolloin myöhäisen ajankohdan vuoksi lumipula vaivasi tapahtumaa. Vuoden 2008 Vuokattihihto siirrettiinkin pari viikkoa aikaisemmaksi, jonka asiakkaat ottivat positiivisin mielin vastaan. Eniten kehitettävää löytyi Vuokattihihdon 2008 lähtöjärjestelyistä, sillä 45 % vastaajista koki lähdön sujuneen joko heikosti tai kohtalaisesti. Myös perinteisen hiihtäjät kokivat jääneensä vapaan hiihtäjien jalkoihin, joten lähdön porrastamisessa olisi tarvetta muutoksille. Lisäksi kehittämistä on myös turvallisuusjärjestelyissä, sillä moni vastaaja antoi avoimessa palautteessa kommentteja mm. vaarallisena kokemasta laskusta alikulkutunneliin. (Pyykkönen 2008, 35–36.)

Marathoniin ja triathloniin liittyviä asiakastyytyväisyystutkimuksia on Suomessa toteutettu muutamia ja niistä laajimmat ovat vuosina 2009 ja 2010 Helsinki City Marathonista tehtyt asiakastyytyväisyystutkimukset. Niitä ei ole julkaistu missään vaan ne on tehty vain Helsinki City Marathonin järjestelytoimikunnan käyttöön. Vuoden 2010 Helsinki City Marathonin tutkimuksessa selvisi, että kokonaisuutena osallistuneet olivat tapahtumaan tyytyväisiä. Siitä kertovat asiakkaiden mielipiteet, joissa tapahtuman tunnelmaan ja kokonaiskiinnostavuuteen yli 90 % vastaajista antoi erittäin tyytyväisen tai tyytyväisen arvosanan. Järjestelyistä parhaimmat arvosanat saivat Internetissä tapahtuvan ilmoittautumisen helppous, huoltopisteiden määrä ja ajanottopalvelu. Eniten negatiivista palautetta järjestäjät saivat lähtöjärjestelyiden sujuvuudesta ja maalissa tarjottavasta ravintohuollosta, sillä vain vajaa kolmannes vastaajista olivat näihin tyytyväisiä. Näissä palveluissa on siis järjestäjillä kehittämistä. Myös kehittämistä vastaajat kaipasivat yhteistyökumppaneiden järjestämiin Kisahallin näyttelypisteisiin. (Sponsor Insight 2010.)

5.4 Asiakasuskollisuus

Asiakasuskollisuus muodostuminen edellyttää asiakastyytyväisyyttä, joka on seurausta pitkäaikaisesta ja onnistuneesta asiakassuhteesta. Pitkäaikainen asiakassuhde vaatii yritykseltä tai tapahtuman järjestäjiltä tavoitteellista toimintaa suhteen ylläpitämiseksi, sillä tehokaskaan markkinointi ei luo asiakasuskollisuutta. Asiakas pysyy tapahtumalle uskollisena, jos hän kokee saavansa tapahtumasta ylivoimisia etuja muihin tapahtumiin verrattuna ja jos hän on ollut tyytyväinen tapahtumalta saamiinsa palveluihin ja kokemuksiin. (Kotler 1999, 173; Ylikoski 1999, 173–174.)

Asiakasuskollisuus nähdään asiakkaan käyttäytymisen ilmiönä, sillä uskollinen asiakas ostaa ja käyttää tapahtuman tarjoamia tuotteita ja palveluita uudestaan. Lisäksi asiakasuskollisuuteen liittyy asiakkaan tunneperäinen sitoutuminen tapahtumaan ja palveluun, sillä silloin asiakas kokee pitävänsä tapahtuman tarjoamista tuotteista ja palveluista. Näiden perusteella asiakasuskollisuus voidaan määritellä asiakkaan haluksi osallistua tapahtumaan uudestaan. (Lämsä & Uusitalo 2003, 69–70.)

Asiakastyytyväisyys ei suoranaisesti takaa asiakasuskollisuutta. Asiakas voi olla tyytyväinen ostamaansa tuotteeseen, mutta jonkin muun tekijän mm. liian korkean hinnan johdosta, asiakas jättää uudelleen osallistumatta tapahtumaan. Toisaalta myös asiakkaan vaihtelunhalu voi vähentää asiakasuskollisuutta. Asiakkaan kokema tyytyväisyys on silti edellytys asiakasuskollisuudelle, sillä asiakkaan kertaluontoinen käynti toisessa tapahtumassa ei poissulje pitkäaikaista asiakassuhdetta ja asiakasuskollisuutta, vaan se voi jopa toimia sen vahvistajana. (Lecklin 2006, 113–114.)

Asiakasuskollisuuteen liittyy läheisesti asiakassuhteen ylläpitäminen, sillä ilman uskollisia asiakkaita tapahtumalla ei ole tulevaisuutta eikä mahdollisuutta menestyä vallitsevilla markkinoilla. Tämän johdosta tapahtuman järjestäjien olisi keskitettävä markkinointi jo olemassa oleviin asiakkaisiin eikä uusien asiakkaiden hankintaan. Tutkimusten mukaan uuden asiakkaan hankinta on jopa viisi kertaa kalliimpaa kuin olemassa olevien asiakassuhteiden ylläpitäminen. Tämän tiedon seurauksena ovat syntyneet asiakashoitojärjestelmät, joita nykypäivänä usein kutsutaan kanta-asiakasjärjestelmiksi. Niiden avulla tapahtuman järjestäjän on käytännöllisempi ja myös tuloksekkaampi suunnata markkinointinsa uskollisiin asiakkaisiinsa ja näin pitää yllä kannattavia asiakassuhteitaan. (Kotler 1999, 162–163; Rope 2005, 173–182.)

6 TUTKIMUSONGELMAT

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kuvata massahiihdon ja SM-sarjan 2012 asiakastyytyväisyyttä. Tutkimuksen tavoitteena oli kerätä kyselytutkimuksen avulla tietoa osallistujien profilista, osallistujien kokemuksista massahiihdoista ja SM-sarjasta, SM-sarjan merkityksestä osallistujille ja miten SM-sarjaa tulevaisuudessa olisi kehitettävä. Tutkimuksen avulla toimik-siantajani Suomen Maastohiihto ry sai tapahtumien toteuttamisen tueksi tutkittua tietoa.

Tutkimusongelmat ovat:

- Millainen on tyypillinen massahiihdon osallistuja?
- Miksi osallistajat halusivat osallistua massahiihtoon?
- Minkälaisia kokemuksia massahiihto ja SM-sarja 2012 antoivat osallistujille?
- Miten SM-arvo vaikutti osallistujien kiinnostukseen ja arvostukseen massahiihtotapahtumia kohtaan?
- Miten SM-sarjaa olisi kehitettävä tulevaisuudessa?

7 TUTKIMUSMENETELMÄ

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmän valintaan vaikuttavat useat asiat ja niistä tärkeimmät ovat ajankäyttö, resurssit ja tutkimuksen tavoite. Asiakastytyväisyyttä tutkittaessa nopeasti toteutettava tutkimusmenetelmä on poikittaistutkimus eli kvantitatiivinen tutkimus. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 179.) Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta kutsutaan myös tilastolliseksi tutkimusmenetelmäksi, jossa pyritään selvittämään lukumääriin ja prosentiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Usein selvitetään myös eriasioden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Tutkittavia asioita kuvataan numeerisin suurin, joita pyritään havainnollistamaan taulukoiden ja kuvioiden avulla. Kvantitatiivisella tutkimuksella saadaan kartoitus vallitsevasta tilanteesta, mutta asioiden syitä ei pystytä selvittämään riittävän perusteellisesti. Lisäksi kvantitatiivisella tutkimuksella pystytään selvittämään mielipiteitä suureltakin otantajoukolta. (Heikkilä 2008, 16.)

7.1 Kyselytutkimus ja otos

Kyselytutkimuksella saadaan helposti ja nopeasti kerättyä laajakin tutkimusaineisto, sillä sen avulla saadaan lyhyessä ajassa tavoitettua suuri joukko ihmisiä. Myös tutkimuksen kysymykset on helppo kohdistaa tietyille, halutuille osa-alueille. Kyselytutkimuksen toteutus ei vaadi tutkijoilta henkilökohtaisesti läsnäoloa tutkimuksen keräysvaiheessa. Kokonaisuutena menetelmä on tehokas, aikaa säästävä ja sen aikataulu ja kustannukset voidaan arvioida etukäteen melko tarkasti. (Hirsjärvi ym. 2009, 195.)

Kyselytutkimuksen heikkoutena on, että sen avulla saatua tutkimusaineistoa pidetään teoreettisesti vaatimattomana ja liian pinnallisena. Lisäksi selvittävän tiedon määrää on rajattava, jotta kyselystä ei tulisi liian pitkää. Liian laajan ja pitkän kyselyn seurauksena vastaajan on mahdoton vastata kaikkiin kysymyksiin huolellisesti. (Hirsjärvi ym. 2009, 195.) Myös kysymykset on suunniteltava huolellisesti, että jokainen vastaaja ymmärtäisi kysymykset samalla tavalla ja näin mahdollisten virheiden määrä pienenesi. Hyvä tutkimuslomake on selkeä, siisti ja houkuttelevan näköinen, jossa kysymysten järjestys on selkeä ja loogisesti etenevä. Huomioitavaa on lisäksi, että samaa aihetta koskevat kysymykset on ryhmitelty kokonaisuuksiksi, joilla on erilliset otsikot. (Heikkilä 2008, 48.)

Ajankäytön, resurssien ja suuren otantajoukon perusteella valitsin opinnäytetyöni tutkimusotteeksi kyselytutkimuksen. Tutkittavan joukon suureen koon johdosta kyselytutkimukseni ainoaksi toimivaksi ja käytännölliseksi keräysmenetelmäksi valikoitui sähköisesti toteutettava kyselytutkimus. Se toteutettiin Digium Enterprise raportointiohjelmiston avulla. Tämä mahdollisti myös tutkimuksen eettisyyden ja validiteetin paranemista, sillä sähköinen kyselytutkimus oli helppo toteuttaa nimettömänä standardisoituna kyselytutkimuksena.

Tutkimuksen tilaajana on Suomen Maastohiihto ry, joka on itsenäinen maastohiihtoon erikoistunut lajijyhdistys ja se toimii Suomen Hiihtoliiton jäsenjärjestönä (Suomen Hiihtoliitto 2010b). Tutkimuksen kohdejoukkona olivat kuusi eri puolilla Suomea sijaitsevaa massahiihtotapahtumaa (taulukko 2 s. 13). Nämä tapahtumat oli valittu Suomen Maastohiihto ry:n toimesta sen perusteella, että ne kaikki olivat uuden pitkän matkan SM-sarjan osakilpailuja. Tapahtumien yhteenlasketuksi osallistujamääräksi oli arvioitu edellisvuosien osallistujamäärien perusteella noin 5000–6000. Näin laajan kohdejoukon ansiosta oli tutkimuksen tavoitteena saada mahdollisimman kattavasti tietoa sekä erityyppisiltä osallistujilta että eri ikäryhmistä.

7.2 Kyselylomakkeen laadinta

Kyselylomakkeesta (liite 1) tein mahdollisimman nopeasti ja helposti täytettävän, jotta vastaajat jaksaisivat vastata siihen luotettavasti. Toisaalta kyselylomakkeen avulla halusin saada selvityksiä kaikki massahiihtotapahtumaan liittyvät asiat ja niiden pohjalta asetetut tutkimusongelmat, joten liian lyhytkään kyselylomake ei olisi palvelut tarkoitustaan. Kysymykset pyrin muotoilemaan mahdollisimman selkeiksi ja ymmärrettäviksi kokonaisuuksiksi, jotta väärinkäsityksiä ei pääsisi syntymään. Tutkimuksen laajasta otantajoukosta johtuen kyselylomakkeessa käytettiin pääasiassa strukturoituja eli suljettuja kysymyksiä, jolloin vastausvaihtoehdot oli aseteltu valmiiksi. Heikkilän (2008, 50–52) mukaan suljetut kysymykset helpottavat vastaamista, yksinkertaistavat vastausten käsittelyä ja ehkäisevät virheiden mahdollisuutta. Osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä, jolloin vastaaja pystyi valitsemaan useamman vastausvaihtoehdon. Koko kyselylomakkeessa oli vain yksi avoin kysymys, jossa kysyttiin SM-sarjan kehittämis ehdotuksia. Sen avulla opinnäytetyön toimeksiantaja Suomen Maastohiihto ry sai tietää SM-sarjan kehittämis ehdotukset. Avoimen kysymyksen vastausmäärä jäi kokonaisvastausmäärää huomattavasti pienemmäksi, sillä siihen pystyi vastaamaan vain ne henkilöt, jotka olivat osallistuneet SM-sarjaan.

Kyselylomake oli kokonaisuutena seitsemänsivuinen, mutta sähköisesti avattaessa sivumäärä vaihteli vastaajan vastausten perusteella 3–7 sivuun. Jokainen sivu avautui yksitellen, joten vastaaja ei nähnyt kerralla kaikkia kysymyksiä, eikä tiennyt ennakolta kyselyn todellista sivumäärää. Ensimmäisen sivun kysymykset liittyivät sekä vastaajan henkilökohtaisiin taustatietoihin että yleisesti massahiihtotapahtuman taustatietoihin. Toinen sivu käsitteli yksittäistä massahiihtotapahtumaa ja siihen liittyviä järjestelyjä. Sivut 3–6 koskivat vain niitä vastaajia, jotka osallistuivat myös uuteen SM-sarjaan. Seitsemäs sivu oli tarkoitettu kaikille vastaajille ja se käsitti massahiihtotapahtuman kokonaisarvosanan ja vapaaehtoisen mahdollisuuden jättää yhteystiedot arvontaa varten. Kyselylomakkeessa oli pakko vastata kaikkiin esitettyihin kysymyksiin lukuun ottamatta avointa kysymystä ja yhteystieto-kysymystä. Kyselyn esitestaus suoritettiin ennen julkaisemistaan liikunnanohjaajaopiskelijoiden keskuudessa. Jokaisen massahiihtotapahtuman kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin kaksi ilmaista osallistumisoikeutta vuoden 2013 tapahtumaan. Arvontapalkinnot lahjoittivat kaikki kyselyssä mukana olleet massahiihtotapahtumat. Arvonnalla pyrittiin houkuttelemaan ihmisiä vastaamaan kyselyyn, jotta tutkimusaineistoa saataisiin riittävästi.

Kyselomake lähetettiin 1–5 päivän sisällä massahiihtotapahtuman jälkeen kaikille tapahtumaan osallistuneille heidän ilmoittautumisen yhteydessä antamaansa sähköpostiosoitteeseen. Sähköpostiviesti (liite 2) sisälsi infon opinnäytetyönä toteutettavasta tutkimuksesta. Sähköpostiviestissä kerrottiin tarkasti opinnäytetyön tarkoituksesta ja tavoitteista, arvontaan osallistumisesta, luottamuksellisuudesta sekä opinnäytetyön tekijän että toimeksiantajan nimet yhteistietoineen. Lisäksi sähköpostiviestissä oli linkki, jonka avaamalla kyselylomake avautui. Osallistujilla oli kahdeksan päivää aikaa vastata tutkimukseen. Tutkimuksesta ei muistutettu uusintaviesteillä, jos tutkimukseen ei ollut määräajassa osallistunut, koska sen toteuttamiseksi ei ollut resursseja. Sähköpostiviestien lähettämisestä oli vastuu opinnäytetyön toimeksiantajalla eli Suomen Maastohiihto ry:llä.

7.3 Tulosten analysointi

Määrällisen tutkimuksen analysoimiseksi valitaan sellainen analyysitapa, joka antaa tietoa siitä mitä ollaan tutkimassa. Analyysitavan valintaan vaikuttaa, ollaanko tutkimassa yhtä muuttujaa vai kahden tai useamman muuttujan välistä riippuvuutta. Yhden muuttujan jakaumasta saadaan tietoa sijaintiluvun avulla, joita useimmiten ovat keskiarvo ja moodi. Kahden tai use-

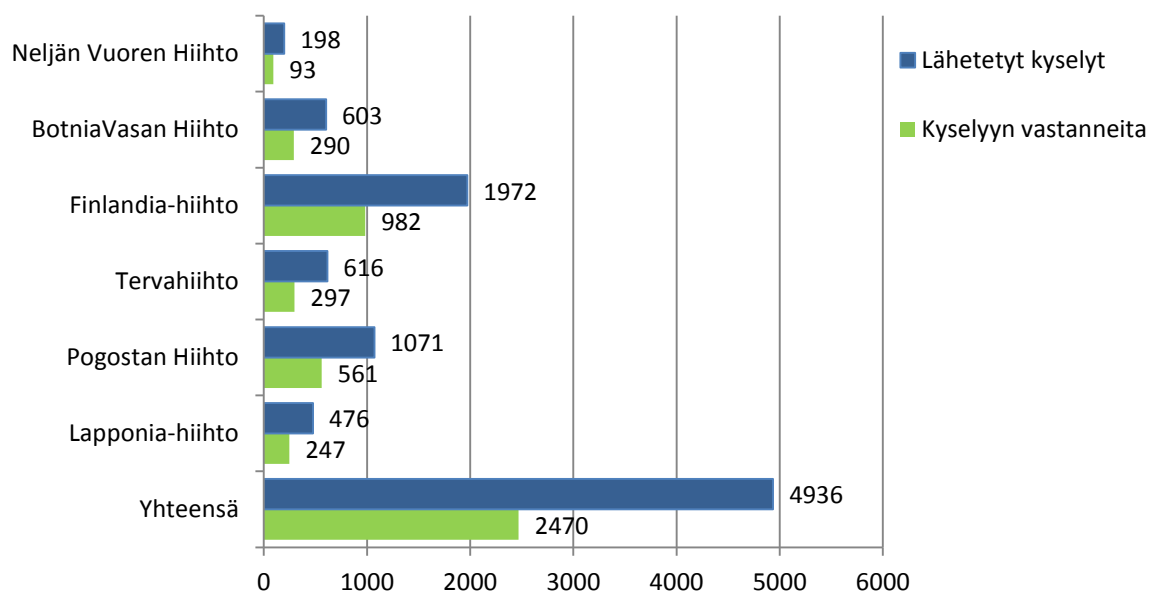
amman muuttujan välistä riippuvuutta havainnoidessa käytetään yleisemmin ristiintaulukointia. (Vilkkä 2007, 118–119.) Tämän tutkimuksen aineisto analysoitiin Excel- taulukkolaskentaohjelmaa ja SPSS-Statistic tilasto-ohjelmaa apuna käyttäen. Yhden muuttujan jakumissa hyödynnettiin keskiarvoa ja kahden muuttujan välisissä riippuvuuksissa SPSS-Statistic tilasto-ohjelman ristiintaulukointia. Keskiarvoasteikon vaihteluväli oli 1–5, jossa 1 oli heikoin ja 5 paras. Vallin (2001, 55–56) mukaan ristiintaulukoiden yhteydessä on tarkoin mietittävä, kumpi muuttujista on selittävä ja kumpi selitettävä. Selittävä muuttuja on se, jonka suhteen vertailua tehdään eli kumman suhteen toista tarkastellaan. Tämän opinnäytetyön kaikissa taulukoissa selittävä muuttuja on taulukoissa riveillä ja selitettävä sarakkeissa.

Kaikki tutkimuksessa saadut vastaukset siirsin Digium Enterprise raportointiohjelmiston kautta suoraan erillisiksi Excel- ja SPSS-tiedostoiksi. Jokaisesta massahiihtotapahtumasta muodostuivat erilliset tiedostot. Lisäksi Excel-tiedostoissa jokainen kysymys oli omalla välilehdellä, joten yksittäisen kysymyksen analysoiminen oli sitä kautta helpompaa. Näitä valmiita tiedostoja hyödynsin tutkimuksen niissä osiossa, joissa tuloksia käsiteltiin itsenäisinä tapahtumina. Koko tutkimusjoukkoa koskevat Excel- ja SPSS-tiedostot muodostin käsin kopiaimalla ja liittämällä ne osissa toisiinsa, jotta niistä sain luotua yhdet tiedostot. Avoimien kysymysten vastaukset siirsin Digium Enterprise raportointiohjelmiston avulla Word-tiedostoiksi, joista muodostin käsin erilliset Excel-taulukot. Kaikki SPSS Statistic tilasto-ohjelman ristiintaulukoinnit siirsin Excel-tiedostoiksi, jolloin niistä sain muokattua selkeämmät ja ymmärrettävämmät taulukot opinnäytetyön liite-sivuiksi.

Kaikki opinnäytetyöni tutkimustulokset on selitetty sanallisesti. Lisäksi niitä on havainnollistettu graafisin esityksin. Graafisella esityksellä pyritään parantamaan sekä kuvion visuaalisuutta että havainnollisuutta ja siinä ei saisi olla liikaa asiota, jotta lukija sen nopeasti sisäistäisi (Valli 2001, 47–48). Kaikki kuviot tein Excel- ja SPSS-tiedostoja apuna käyttäen. Osan kuviosta muodostin helposti suoraan taulukoista, mutta osan tein useamman välilehden tietoja yhdistämällä, jotta niistä sai selkeämmän graafisen kuvion muodostettua. Kaikki graafiset kuviot pyrin valitsemaan niin, että ne kuvaisivat parhaiten tutkimusaineistoa ja niistä ei saisi myöskään vääränlaista käsitystä tutkimusaineistosta.

8 TUTKIMUSTULOKSET

Kyselylomake lähetettiin sähköpostitse kaikille niille osallistujille, jotka olivat antaneet järjestäjille sähköpostiosoitteensa ilmoittautumisen yhteydessä. Kaikkiaan kyselyitä lähetettiin yhteensä 4936, joista 2470 palautettiin, jolloin kyselyyn vastasi 50,0 % kyselyn vastaanottaneista. Vastauksista 93 kpl saatiin Neljän Vuoren Hiihtoon osallistuneilta, 290 kpl BotniaVasan Hiihdosta, 982 kpl Finlandia-hiihdosta, 297 kpl Tervahiihdosta, 561 kpl Pogostan Hiihdosta ja 247 kpl Lapponia-hiihdosta, jotka on esitelty alla olevassa kuviossa 4. Näin jokaisen tapahtuman vastausprosentti oli noin 50 %. SM-sarjaan liittyviin kysymyksiin vastasi kaiken kaikkiaan 137 vastaajaa.



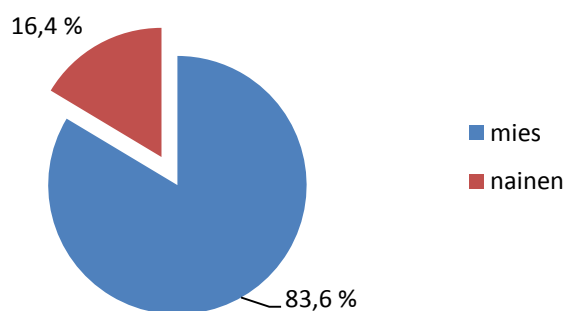
Kuvio 4. Lähetettyjen ja siihen vastanneiden kyselyiden määrät

8.1 Vastaajien profiili

Tämän osion kysymysten avulla pyrittiin selvittämään, millainen on kyselyyn vastannut tyyppinen massahiihdon osallistuja ja miksi hän haluaa osallistua massahiihtoon. Vastaajien profiilin selvittämiseksi kysyttiin vastaajan taustatiedot, missä vastaaja asui massahiihtotapahtuman aikana, kolme tärkeintä syytä miksi halusi osallistua tapahtumaan, kuinka monta kertaa aikaisemmin on osallistunut kyseiseen tapahtumaan ja kuinka moneen muuhun Suomessa järjestettyyn tapahtumaan on osallistunut. Tapahtumia on tässä osiossa käsitelty yhtenäisenä koko tutkimusjoukon (n=2470) osalta.

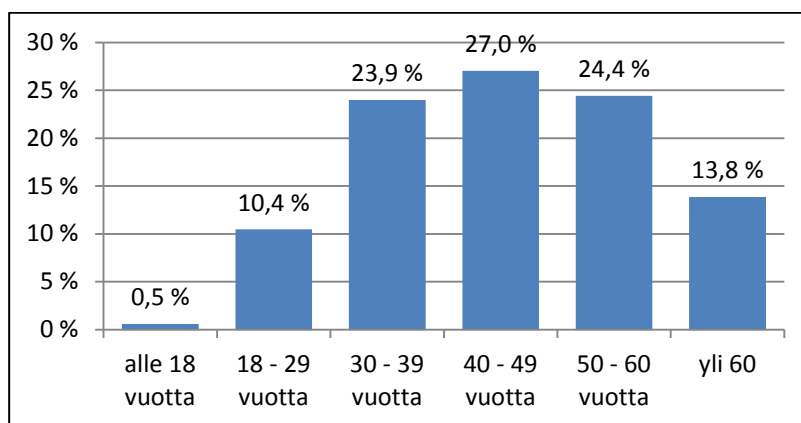
8.1.1 Taustatiedot

Aluksi kyselylomakkeessa kysyttiin vastaajien taustatiedot. Niiden selvittämiseksi kysyttiin sukupuoli, ikä, ammatti ja kuinka kaukana asui massahiihtotapahtumasta. Kaikista kyselyyn vastanneista suurempi osa oli miehiä kuin naisia (kuvio 5).



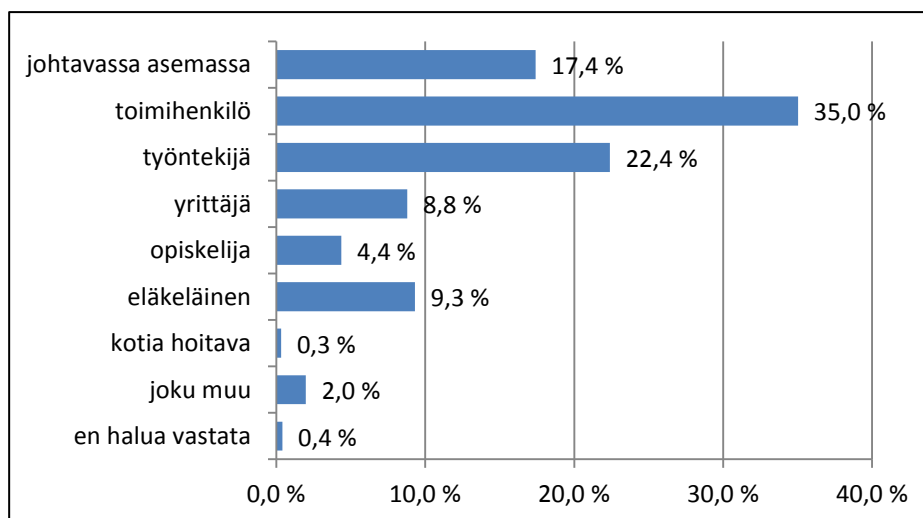
Kuvio 5. Vastaajien sukupuolijakauma (n=2470)

Vastaajien ikäjakaumaa on esitetty kuviossa 6. Yli 75 % vastaajista oli ikävuosien 30–60 vuoden välillä. Eniten heistä (27 %) oli ikäryhmästä 40–49 vuotta, kun taas 30–39-vuotiaita tai 50–60-vuotiaita oli muutama prosentti vähemmän. Yli 60-vuotiaita oli 13,8 % vastaajista. Vain joka kymmenes vastaajista oli 29-vuotiaita tai nuorempia ja heistäkin vain 0,5 % oli alle 18-vuotias.



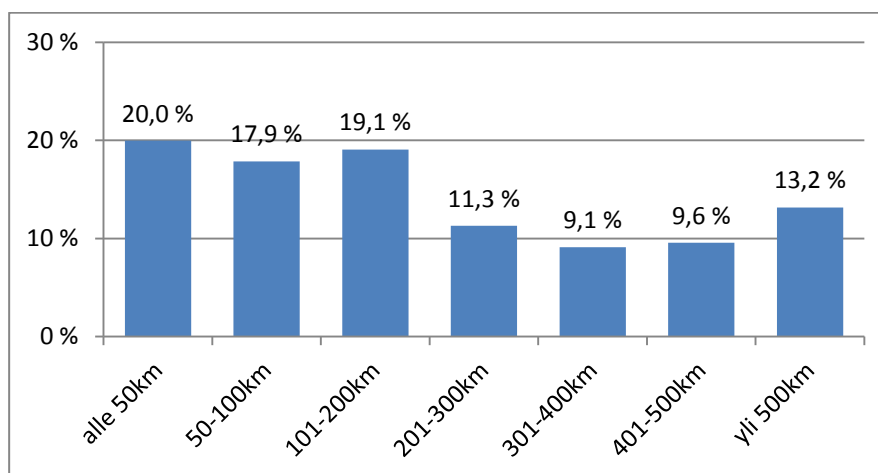
Kuvio 6. Vastaajien ikäjakauma (n=2470)

Vastaajien ammattijakauman perusteella suurin osa vastaajista oli mukana työelämässä (kuvio 7). Heistä suurin osa eli kolmannes (35 %) oli toimihenkilöitä. Työntekijöitä oli reilu viidesosa vastaajista. Vajaa viidesosa oli johtavassa asemassa. Vajaa kymmenesosa vastaajista oli ammatiltaan yrittäjiä tai eläkeläisiä, kun opiskelijoita oli vain 4,4, % vastaajista. Joku muu vaihtoehdon oli valinnut noin 2 % vastaajista. Kotia hoitavia oli 0,3 % vastaajista ja 0,4% vastaajista ei halunnut kertoa ammattiaan.



Kuvio 7. Vastaajien ammattijakauma. (n=2470)

Kysyttäessä vastaajilta kodin ja massahiihtotapahtuman välistä etäisyyttä oli vastaajista suurin osa tapahtuman lähialueelta, sillä yli lähes 60 % vastaajista asui enintään 200 km:n etäisyydellä tapahtumasta (kuvio 8). Loput asuivat 201 km:n tai sitä kauempana tapahtumapaikasta.

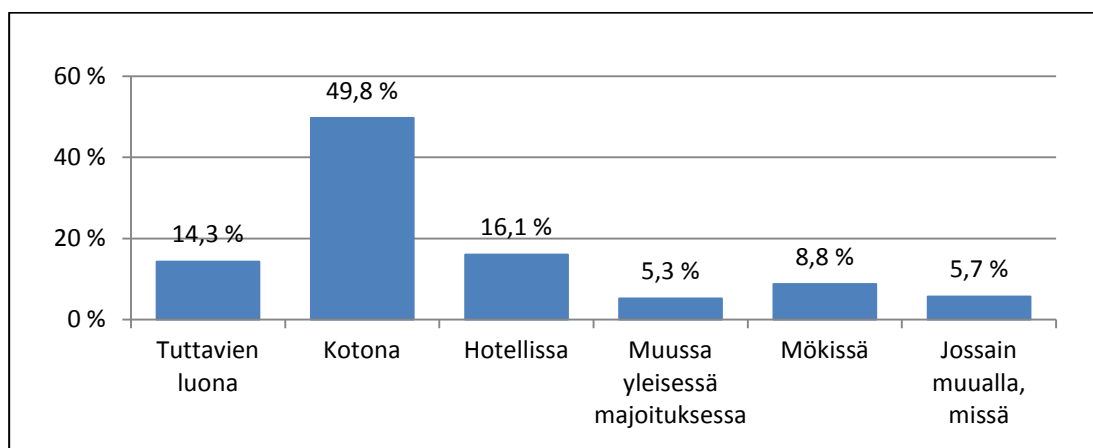


Kuvio 8. Kuinka kaukana vastaajat asuivat tapahtumasta (n=2470)

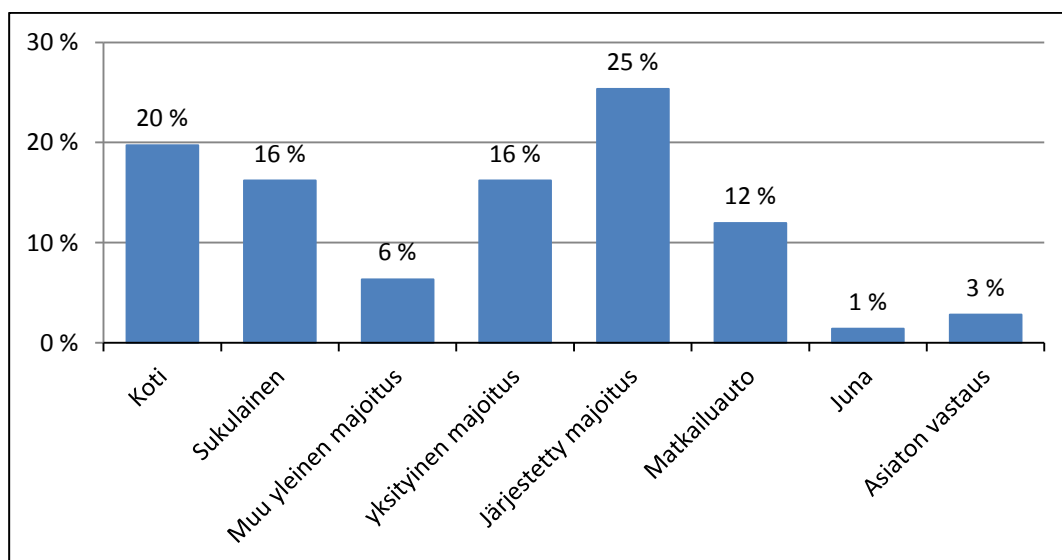
Tutkimuksessa testattiin ristiintaulukoinnin avulla sukupuolen ja iän ja sukupuolen ja ammatin välisiä riippuvuuksia toisiinsa (liite 3). Niistä selvisi, että yli 60-vuotiasta suurin osa oli miehiä. Sukupuolen ja ammatin välisissä riippuvuuksissa oli havaittavissa, että miehistä oli hiukan enemmän korkeammassa ammatti-asemassa kuin naisista. Lisäksi eläkeläisistä suurin osa oli miehiä.

8.1.2 Vastaajan asuinpaikka tapahtuman aikana

Kyselyyn vastanneista lähes puolet asui kotonaan massahiihtotapahtuman aikana (kuvio 9). Kuudesosa asui hotellissa tai tuttaviansa luona. Mökissä asui noin joka kymmenes vastaaja. Vastausvaihtoehtoihin muu yleinen majoitus tai jossain muualla valitsivat noin 5 % vastaajista. Kuviossa 10 on esitetty jossain muualla vaihtoehdon vastaukset. Vastauksista yleisin oli järjestetty majoitus, jolla tarkoitettiin osan tapahtumien järjestäjien puolesta järjestettyä koulu yms. majoitusmahdollisuutta. Lisäksi vastaajista oli moni asunut kotona tai jonkun sukulaisen luona. Pieni osa vastaajista oli yöpynyt asuntoautossa tai joltain yksityiseltä vuokratusta kohteesta.



Kuvio 9. Vastaajien asuinpaikka tapahtuman aikana (n=2470)

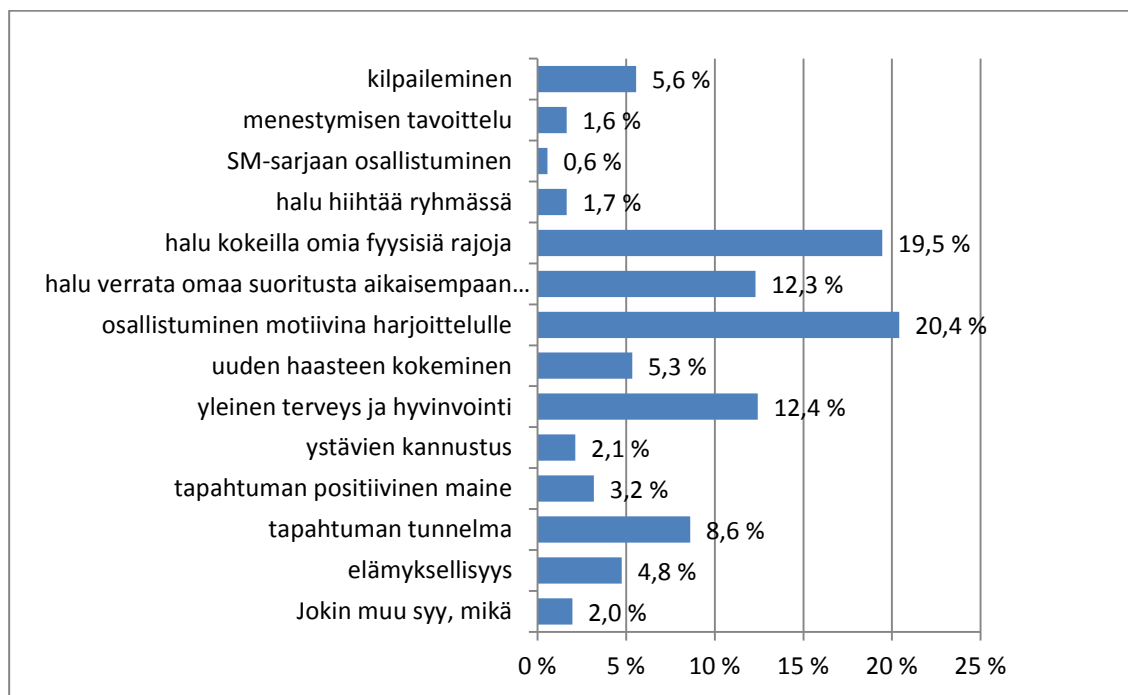


Kuvio 10. Jossain muualla vaihtoehdon avoimet vastaukset (n=142)

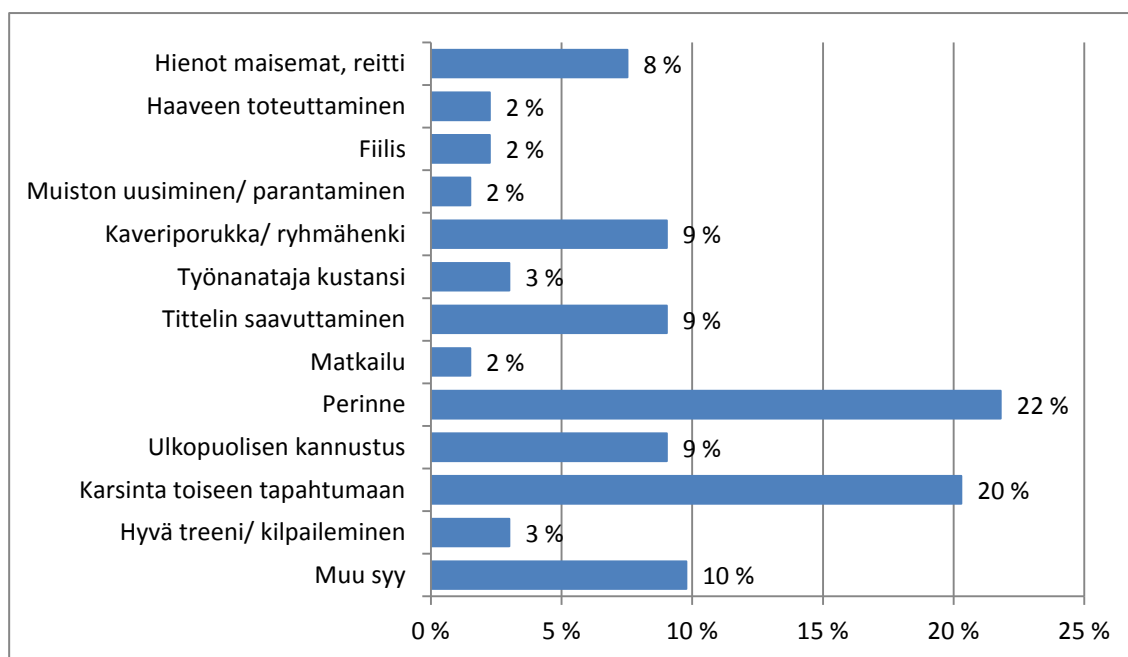
8.1.3 Kolme tärkeintä syytä osallistumiselle

Kysyttäessä kolmea tärkeintä syytä, miksi halusi osallistua massahiihtoon, olivat vastausvaihtoehdot osallistuminen motiivina harjoittelulle ja halu kokeilla omia fyysisiä rajojaan saaneet lähes viidesosan vastauksista (kuvio 11). Niiden jälkeen tärkeimpinä syinä olivat yleinen terveys ja hyvinvointi ja halu verrata omaa suoritusta aikaisempaan suoritukseen, jotka olivat saaneet noin 12 % vastauksista. Tapahtuman yleisen tunnelman oli valinnut vajaa kymmenesosa vastaajista yhdeksi vaihtoehdoksi. Myös kaikki muut vastausvaihtoehdot olivat olleet osalle vastaajista tärkeitä, mutta huomattavasti vähäisimmin määrin. Avoimeen vastausvaihto-

toehtoon oli vastannut 2 % vastaajista ja niiden vastaukset on esitetty kuviossa 12. Yleisimmiksi vastauksiksi oli kirjoitettu perinne tai lähtöpaikan parantaminen toista massahiihtotapahtumaa varten.



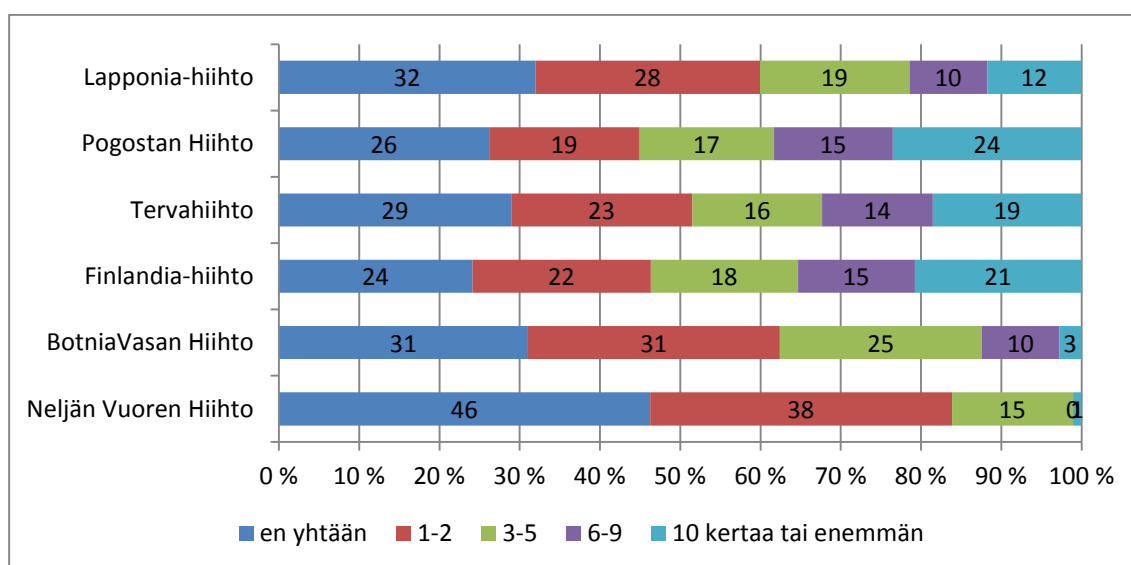
Kuvio 11. Kolme tärkeintä syytä, miksi vastaajat olivat osallistuneet massahiihtotapahtumaan.



Kuvio 12. Jokin muu syy-vaihtoehdon avoimet vastaukset (n=133)

8.1.4 Aikaisemmat osallistumiskerrat tutkimuskohteen massahiihtoon

Vastaajien osallistumiskerrat tutkimuskohteen massahiihtotapahtumaan on esitetty kuviossa 13. Kaikissa tapahtumissa oli ensikertalaisia mukana runsaasti, sillä niiden osuus vastaajista oli lähes yleisin kaikissa tapahtumissa. Ainoastaan BotniaVasan hiihdon vastaajista oli hiukan enemmän 1-2- kertaa aikaisemmin osallistuneita vastaajia kuin ensikertalaisia. Kaikista vanhimpien massahiihtotapahtumien eli Finlandia-Hiihdon, Tervahiihdon ja Pogostan Hiihdon vastaajat olivat jakaantuneet suhteellisen tasaisesti kaikkien vastausvaihtoehtojen välille ja huomattavaa oli, että niiden vastaajista oli viidesosa osallistunut tapahtumaan 10 kertaa tai enemmän.

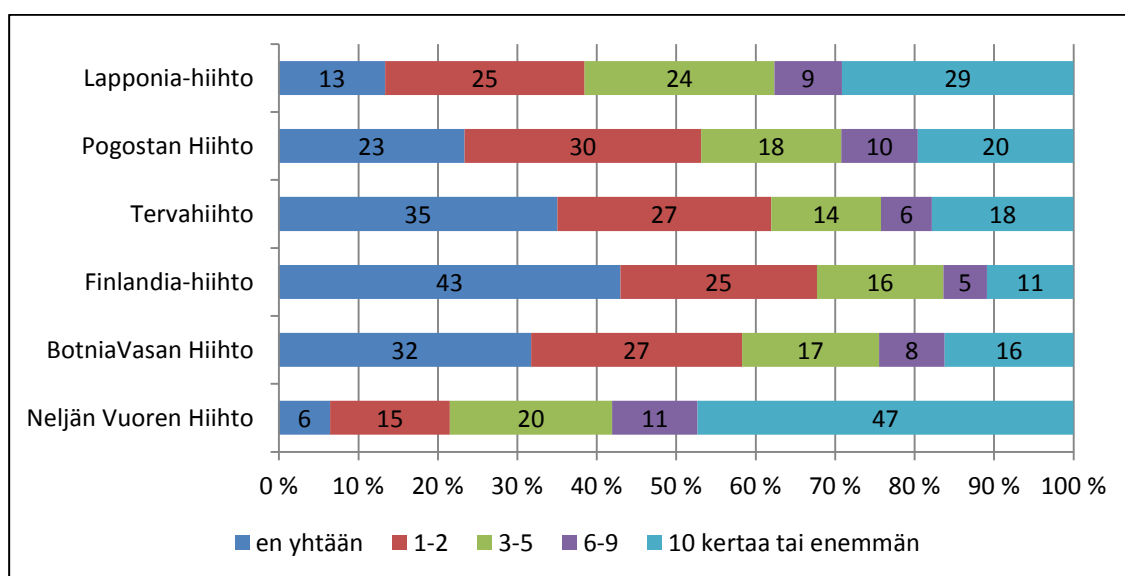


Kuvio 13. Kuinka monesti vastaajat olivat aikaisemmin osallistuneet tutkimuskohteen massahiihtoon.

Tutkimuksessa testattiin sekä sukupuolen ja aikaisempien osallistumiskertojen että iän ja aikaisempien osallistumiskertojen riippuvuuksia toisiinsa (liite 4). Niissä huomattiin, että 10 kertaa tai yli 10 kertaa osallistuneista oli enemmän miehiä kuin naisia.

8.1.5 Aikaisemmat osallistumiskerrat muualla Suomessa järjestettyihin massahiihtoihin

Kaikista vastaajista yli puolet oli osallistunut aikaisemmin johonkin muualla Suomessa järjestettyyn massahiihtoon (kuvio 14). BotniaVasan Hiihdon ja Tervahiihdon vastaajista kolmannes ja Finlandia-hiihdon vastaajista lähes 43 % ei ollut osallistunut aikaisemmin muualla Suomessa järjestettyyn massahiihtoon. Massahiihtotapahtumien kaikista uusimmasta Neljän Vuoren Hiihdon vastaajista lähes kaikki (94 %) olivat osallistuneet aikaisemmin johonkin muuhun massahiihtotapahtumaan.



Kuvio 14. Vastaajien aikaisemmat osallistumiskerrat muualla Suomessa järjestettyihin massahiihtoihin (n=2470)

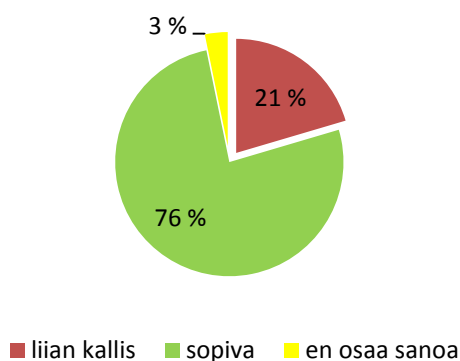
Tutkimuksessa testattiin aikaisempien osallistumiskertojen määrää tutkimuskohteen massahiihtojen ja aikaisempien osallistumiskertojen määrää muualla Suomessa järjestettyjen massahiihtojen riippuvuutta toisiinsa (liite 5). Siinä huomattiin, että tutkimukseen osallistuneista 302 vastaajaa ei ollut koskaan aikaisemmin osallistunut mihinkään massahiihtotapahtumaan. Se on 12,2 % kaikista vastanneista (n=2470).

8.2 Vastaajien kokemukset tapahtumien järjestelyistä

Tässä osiossa on käsitelty tutkimustuloksia niiden kysymysten osalta, joiden tarkoituksena oli selvittää vastaajien saamat kokemukset tapahtumien järjestelyistä. Vastaajia pyydettiin arvioimaan tapahtuman osallistumismaksun hintaa, ilmoittautumisen helppoutta, kaikkia tapahtumapäivään liittyneitä järjestelyiden osa-alueita, mistä oli saanut tietoa tapahtumasta ja aikomusta osallistua uudelleen seuraavan vuonna. Jokaista massahiihtotapahtumaa on käsitelty erillisinä tapahtumina, sillä joka tapahtumalla on erilaiset mahdollisuudet järjestelyjen toteuttamiselle, joten niiden vertaaminen keskenään ei ole tarkoituksenmukaista.

8.2.1 Neljän Vuoren Hiihdon järjestelyt ja tiedottaminen

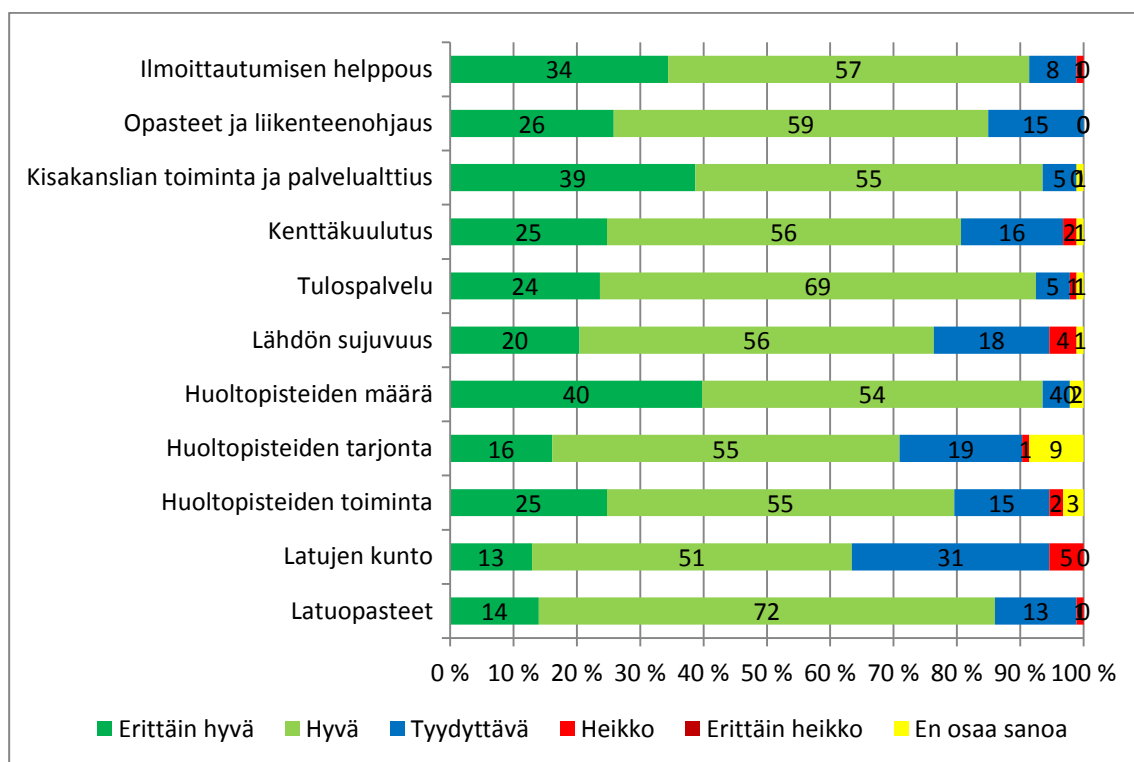
Neljän Vuoren Hiihdon osallistumismaksun hinnan sopivuutta on esitetty kuviossa 15. Hinta vaihteli matkasta ja ilmoittautumisajankohdasta riippuen 25–50€. Suurin osa eli yli 75 % vastaajista piti osallistumismaksua sopivan suuruisena. Kenenkään mielestä hinta ei ollut liian halpa, mutta viidesosa vastaajista piti hintaa liian kalliina. Vain murto-osa vastaajista ei osannut sanoa lainkaan mielipidettään.



Kuvio 15. Osallistumismaksun hinnan sopivuus (n=93)

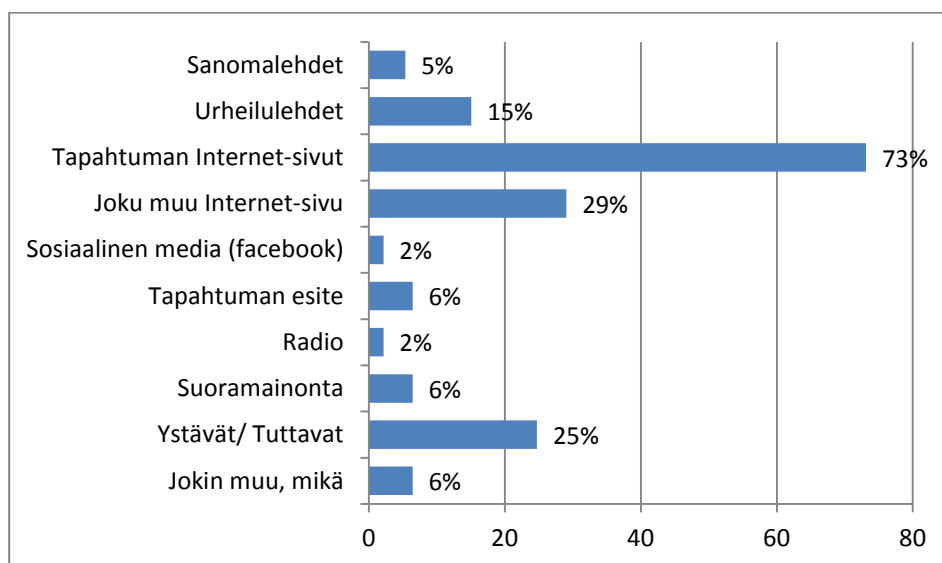
Neljän Vuoren Hiihdon ilmoittautumisen helppoutta ja tapahtuman järjestelyitä on esitetty kuviossa 16. Ilmoittautumisen helppouteen olivat vastaajat tyytyväisiä, sillä yli 90 % vastaajista antoi sille arvosanaksi joko hyvän tai erittäin hyvän. Vain yksi vastaaja koki sen heikoksi. Keskiarvon (4,25) perusteella ilmoittautumisen helppous koettiin hyväksi. Neljän Vuoren Hiihdon tapahtumapäivän järjestelyt onnistuivat hyvin, sillä kaikki järjestelyihin liittyneet osa-

alueet saivat keskiarvon perusteella hyvän arvosanan. Selkeästi parhaimmiksi koettiin kisakanslian toiminta ja palvelualttius sekä huoltopisteiden määrä, sillä niille antoi lähes 40 % vastaajista erittäin hyvän arvosanan. Lisäksi vain muutama vastaaja antoi arvosanaksi tyydyttävän. Tulospalvelun vastaajat kokivat myös onnistuneen, sillä lähes 70 % vastaajista antoi sille arvosanaksi hyvän ja vain muutama tyydyttävän. Noin neljäsosa vastaajista arvioi opasteiden ja liikenteenohjauksen, kenttäkuulutuksen ja huoltopisteiden toiminnan erittäin hyväksi. Lisäksi yli puolet koki ne hyväksi. Eniten parannettavaa oli lähdön sujuvuudessa, huoltopisteiden toiminnassa, latuopasteissa ja latujen kunnossa, sillä niiden osalta keskiarvo jäi alle hyvän. Erityisesti latujen kunto sai lähes kolmasosalta vastaajista arvosanaksi tyydyttävän.



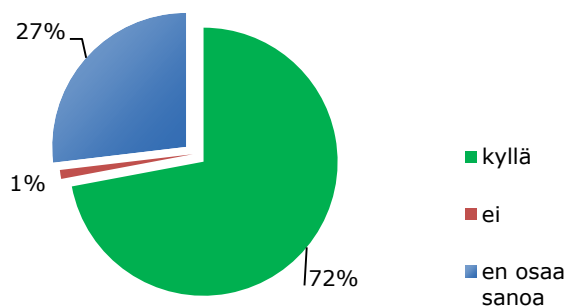
Kuvio 16. Neljän Vuoren hiihdon järjestelyt (n=93)

Neljän Vuoren Hiihdosta vastaajat kokivat saaneet ylivoimaisesti eniten tietoa tapahtuman omilta Internet-sivuilta, sillä yli 70 % oli valinnut sen yhdeksi tiedonsaannin lähteeksi (kuvio 17). Lisäksi tietoa saatiin yleisemmin muilta Internet-sivuilta sekä ystäviltä ja tuttavilta. Urheilulehdistä sai tietoa kuudesosa vastaajista. Vain muutama vastaaja oli saanut tapahtumasta tietoa sanomalehdistä, sosiaalisesta mediasta, tapahtuman esitteestä, radiosta, suoramainonnasta tai jostakin muusta lähteestä. Avoimeen vastaukseen oli vastannut kuusi vastaajaa ja he olivat saaneet tietoa jostakin muusta Internet-sivusta tai kilpailuorganisaation kautta.



Kuvio 17. Mistä sait tietoa tapahtumasta? (n=93)

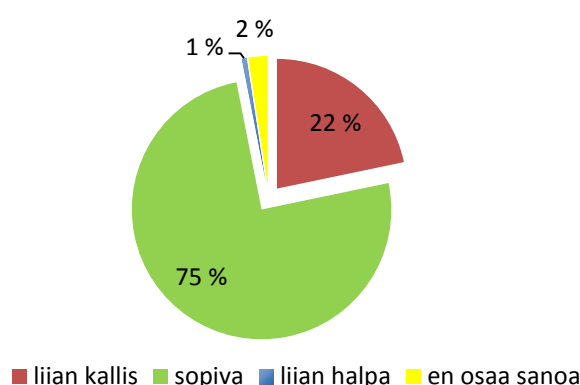
Neljän Vuoren Hiihdon vastaajista yli 70 % aikoi osallistua tapahtumaan myös ensi vuonna (kuvio 18). Vain 1 % vastaajista ei aikonut osallistua. Loput vastaajat eivät osanneet sanoa mielipidettään.



Kuvio 18. Aikomus osallistua tapahtumaan ensi vuonna (n=93)

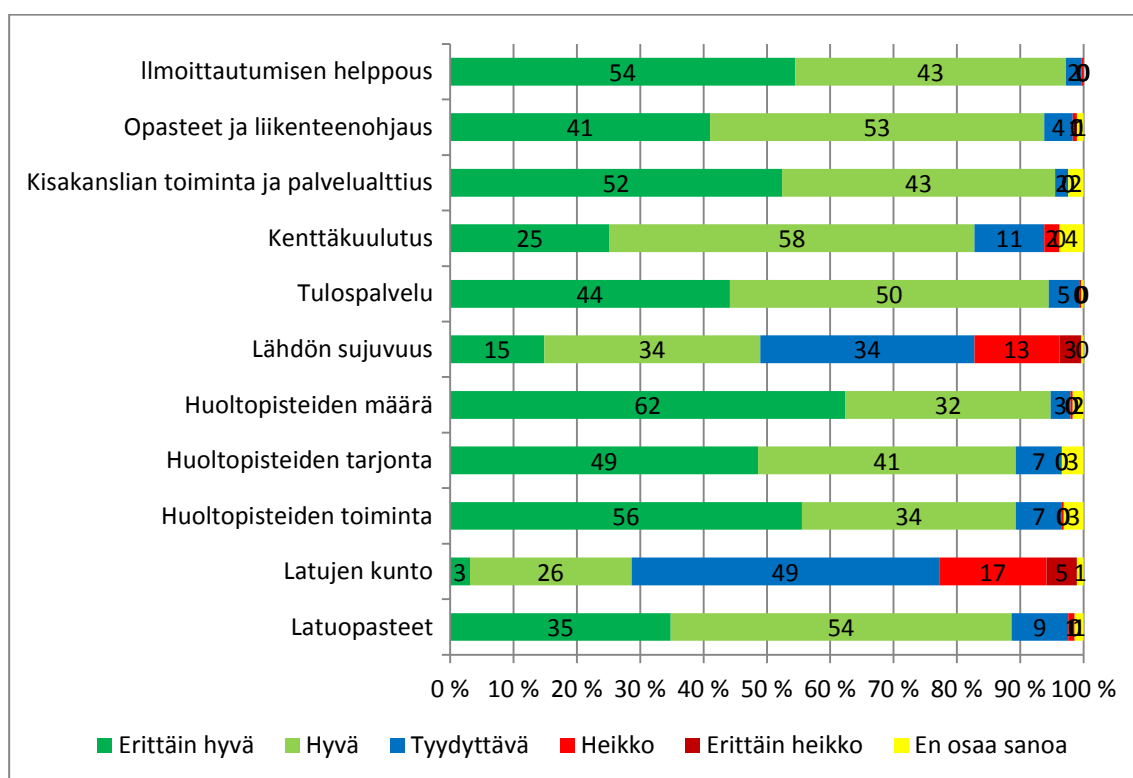
8.2.2 BotniaVasan Hiihdon järjestelyt ja tiedottaminen

BotniaVasan Hiihdon osallistumismaksun hinnan sopivuutta on esitetty kuviossa 19. Hinta vaihteli matkasta ja ilmoittautumisajankohdasta riippuen 45–75€. Suurimman osan eli $\frac{3}{4}$ vastaajien mielestä osallistumismaksu oli sopivan suuruinen, kun viidesosa vastaajista koki hinnan liian kalliiksi. Vain muutaman vastaajan mielestä hinta oli joko liian halpa tai he eivät osanneet sanoa asiaan mielipidettään.



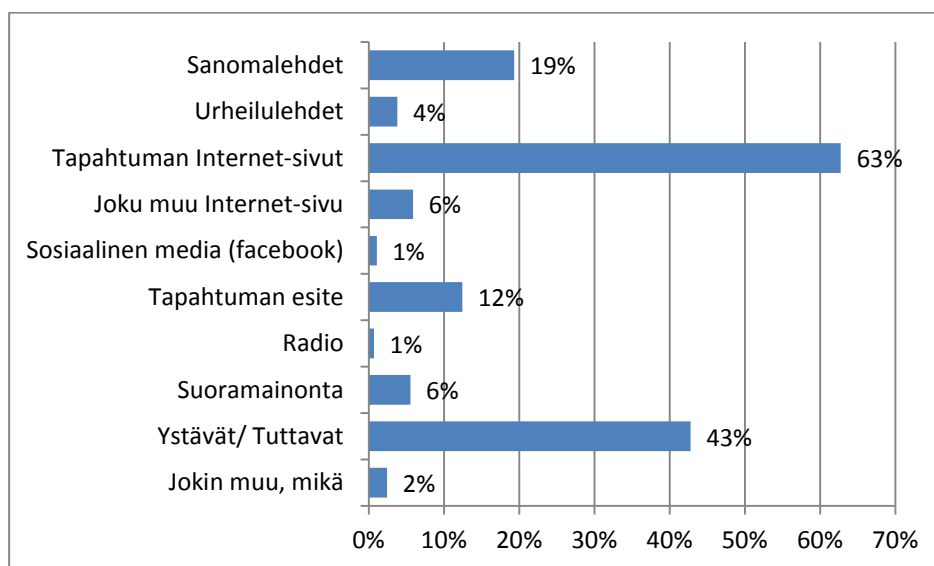
Kuvio 19. Osallistumismaksun hinnan sopivuus (n=290)

Kaikkiaan BotniaVasan Hiihdon ilmoittautumisen helppouteen ja tapahtumapäivän järjestelyihin oltiin tyytyväisiä (kuvio 20). Ilmoittautuminen koettiin helpoksi, sillä se sai lähes kaikilta vastaajalta joko erittäin hyvän tai hyvän arvosanan. Myös muihin järjestelyihin liittyviin kysymyksiin 90 % vastaajista antoi arvosanaksi joko hyvän tai erittäin hyvän. Lisäksi lähes kaikkien vastausten keskiarvot olivat arvosanaltaan erittäin hyviä. Poikkeuksena olivat kenttäkuulutus, lähdön sujuvuus ja latujen kunto. Kenttäkuulutus ja lähdön sujuvuus saivat keskiarvoltaan hyvän arvosanan, kun selkeästi keskiarvoltaan heikoin eli tyydyttävä arvosana annettiin latujen kunnolle.



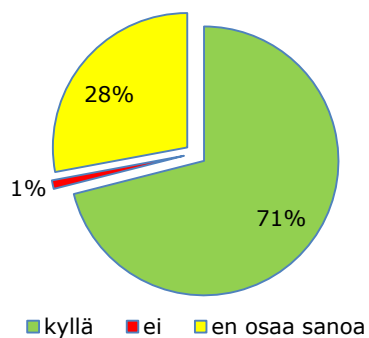
Kuvio 20. BotniaVasan Hiihdon järjestelyt (n=290)

Kuviossa 21 on esitetty mistä vastaajat olivat saaneet tietoa BotniaVasan Hiihdosta. Eniten tietoa tapahtumasta oli saatu BotniaVasan omilta Internet-sivuilta, sillä yli 60 % vastaajista oli valinnut sen yhdeksi tiedonsaannin lähteeksi. Lisäksi tietoa saatiin yleisemmin ystäviltä ja tuttavilta. Myös sanomalehdistä oli lähes viidesosa vastaajista saanut tietoa. Vain muutama vastaaja oli saanut tapahtumasta tietoa sosiaalisesta mediasta, radiosta tai jostakin muusta lähteestä. Avoimeen vaihtoehtoon oli vastannut vain kuusi vastaaja ja he kaikki tunsivat tapahtuman ennestään.



Kuvio 21. Mistä sait tietoa tapahtumasta? (n=290)

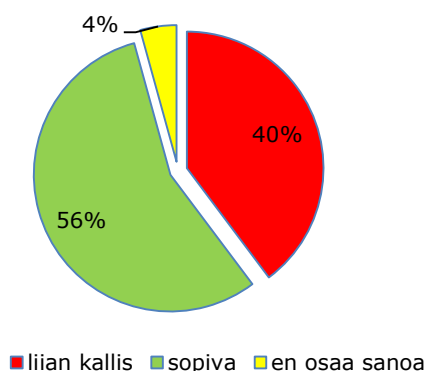
BotniaVasan Hiihdon vastaajista yli 70 % aikoi osallistua tapahtumaan myös ensi vuonna (kuvio 22). Vajaa kolmasosa vastaajista ei osannut sanoa mielipidettään ja vain 1 % vastaajista ei aikonut osallistua lainkaan.



Kuvio 22. Aikomus osallistua tapahtumaan ensi vuonna (n=290)

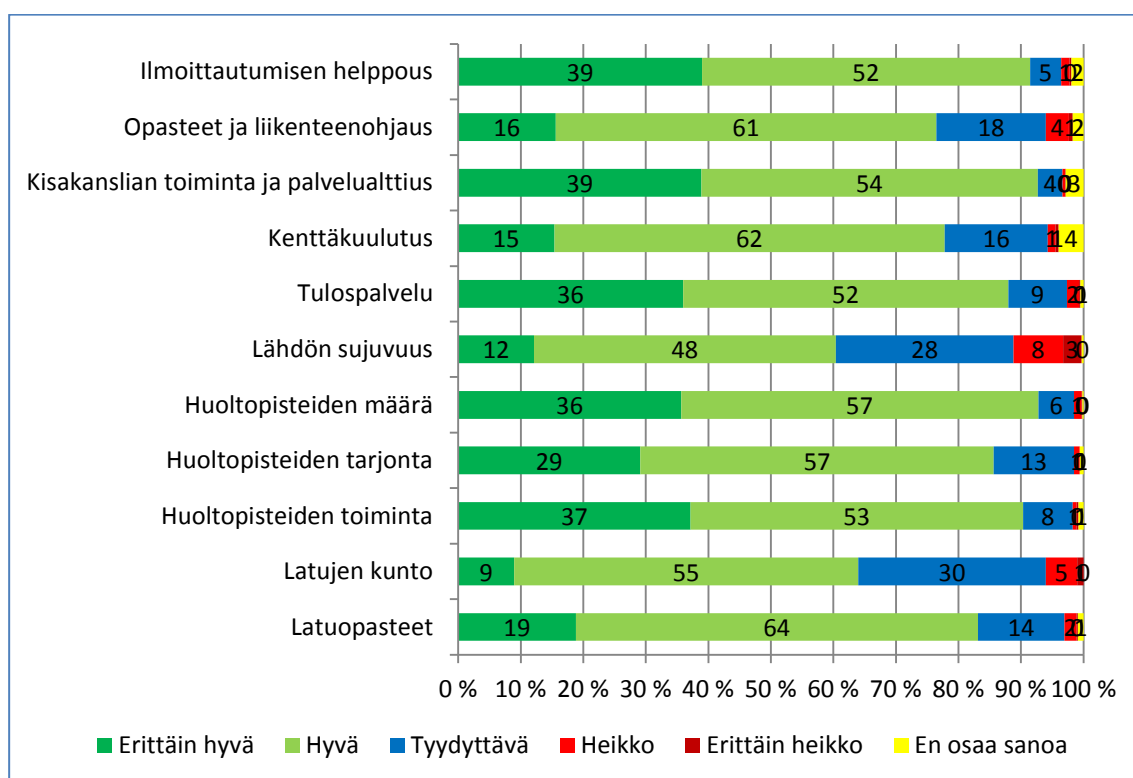
8.2.3 Finlandia-hiihdon järjestelyt ja tiedottaminen

Kuviossa 23 on esitetty Finlandia-hiihdon osallistumismaksun hinnan sopivuutta. Massahiihdon osallistumismaksun hinta vaihteli matkasta ja ilmoittautumisajankohdasta riippuen 40–100€. Vastaajista yli puolet koki osallistumismaksun olevan sopivan suuruinen. 40 % vastaajista koki hinnan liian kalliiksi ja kenenkään mielestä hinta ei ollut liian halpa. Vain muutama prosentti vastaajista ei osannut sanoa asiaan mielipidettään.



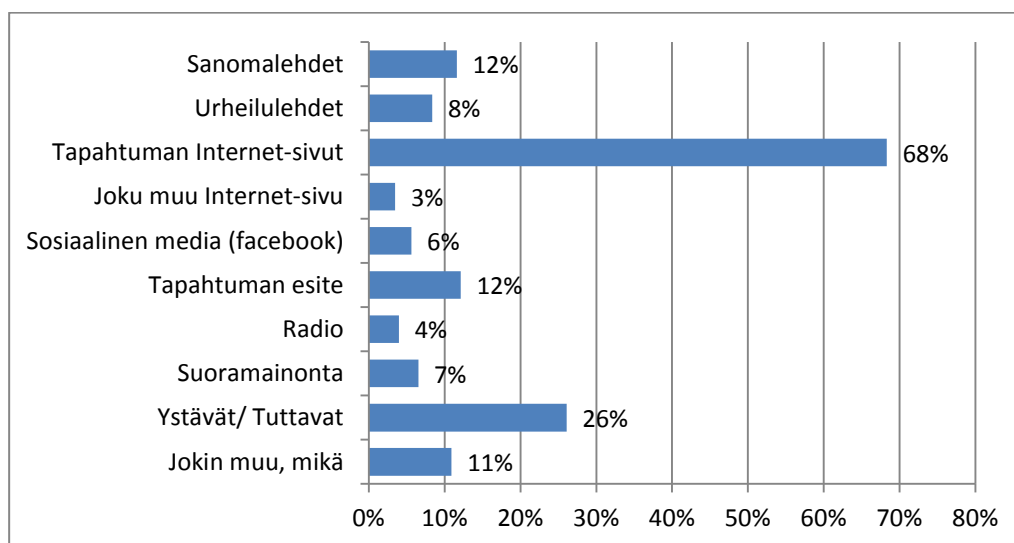
Kuvio 23. Osallistumismaksun hinnan sopivuus (n=982)

Finlandia-hiihdon ilmoittautumisen helppous ja tapahtumapäivän järjestelyihin liittyvät arvosanat on esitelty kuviossa 24. Ilmoittautumisen helppouteen olivat vastaajat tyytyväisiä, sillä se sai keskiarvosanaksi erittäin hyvän (4,31). Kaikkiaan tapahtumapäivän järjestelyt onnistuivat hyvin, sillä kaikki järjestelyihin liittyneet osa-alueet saivat keskiarvon perusteella joko erittäin hyvän tai hyvän arvosanan. Selkeästi parhaimmiksi koettiin kisakanslian toiminta ja palvelualttius, tulospalvelu, huoltopisteiden määrä ja huoltopisteiden toiminta, sillä niille antoi yli kolmasosa vastaajista erittäin hyvän arvosanan. Eniten parannettavaa oli lähdön sujuvuudessa ja latujen kunnossa, sillä yli kolmasosa vastaajista antoi niille arvosanaksi tyydyttävän tai heikomman arvosanan.



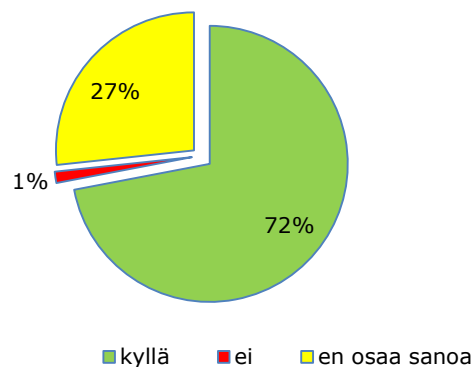
Kuvio 24. Finlandia-hiihdon järjestelyt (n=982)

Eniten vastaajat kokivat saaneensa Finlandia-hiihdosta tietoa tapahtuman omilta Internet-sivuilta (kuvio 25). Myös ystäviltä ja tuttavilta saatiin yleisesti tietoa. Noin kymmenesosa vastaajista sai tietoa tapahtumasta sanomalehdestä, tapahtuman esitteestä ja jostakin muusta lähteestä. Avoimeen vastaukseen oli tiedonlähteinä yleisemmin mainittu työpaikka, sähköposti ja tapahtuman tunnettavuus ennestään. Finlandia-hiihdosta saatiin vähiten tietoa urheilulehdistä, jostakin muusta Internet-sivustosta, sosiaalisesta mediasta, radiosta tai suoramainonnasta.



Kuvio 25. Mistä sait tietoa tapahtumasta? (n=982)

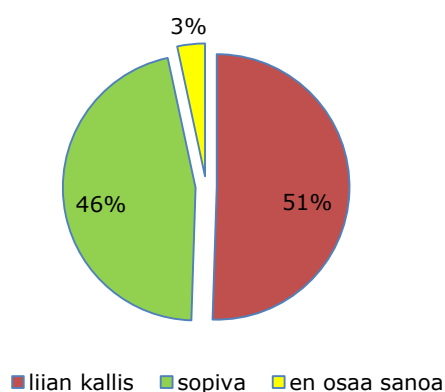
Kuviossa 26 on esitelty Finlandia-hiihdon vastaajien aikomus osallistua ensi vuonna tapahtumaan. Lähes $\frac{3}{4}$ vastaajista aikoi osallistua ensi vuonna ja vain 1 % vastaajista antoi kieltävän vastauksen. Neljäsosa vastaajista ei osannut sanoa asiaan mielipidettään.



Kuvio 26. Aikomus osallistua tapahtumaan ensi vuonna (n=982)

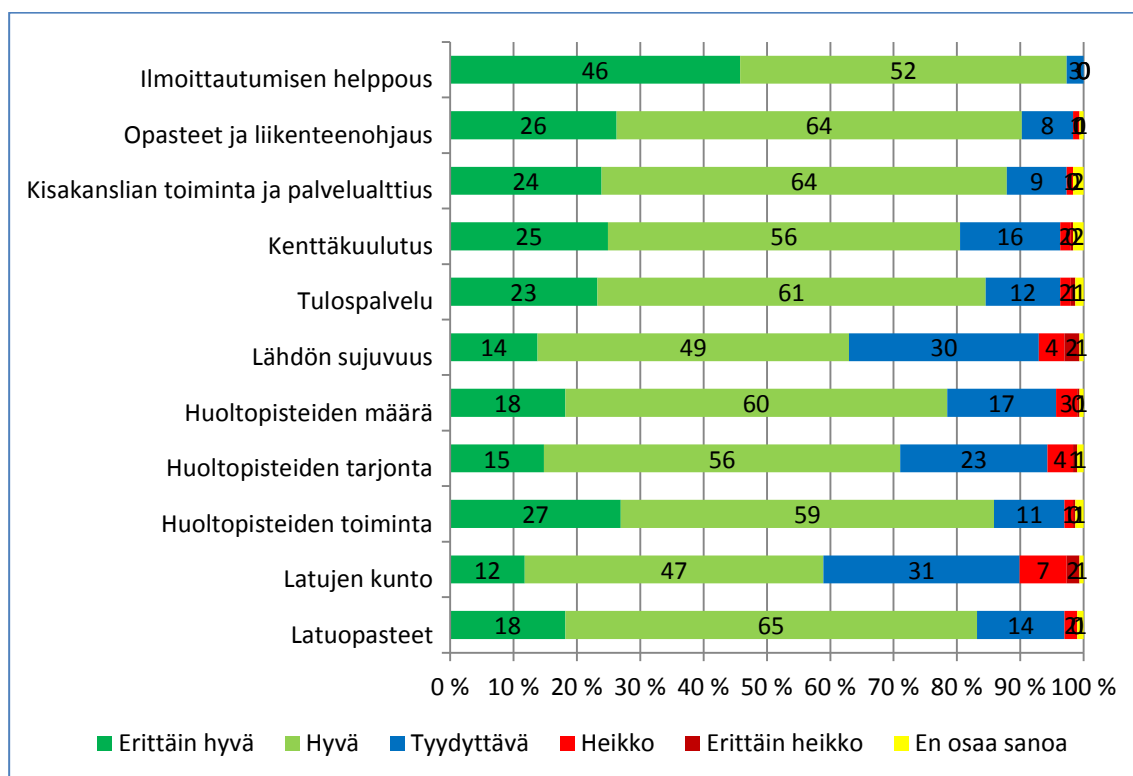
8.2.4 Tervahiihdon järjestelyt ja tiedottaminen

Tervahiihdon osallistumismaksun hinnan sopivuutta on esitelty kuviossa 27. Osallistumismaksun hinta vaihteli matkasta ja ilmoittautumisajankohdasta riippuen 55–70€. Yli puolet vastaajista koki osallistumismaksun hinnan liian kalliina. Kenenkään mielestä hinta ei ollut liian halpa. Vain murto-osa vastaajista ei osannut sanoa lainkaan mielipidettään.



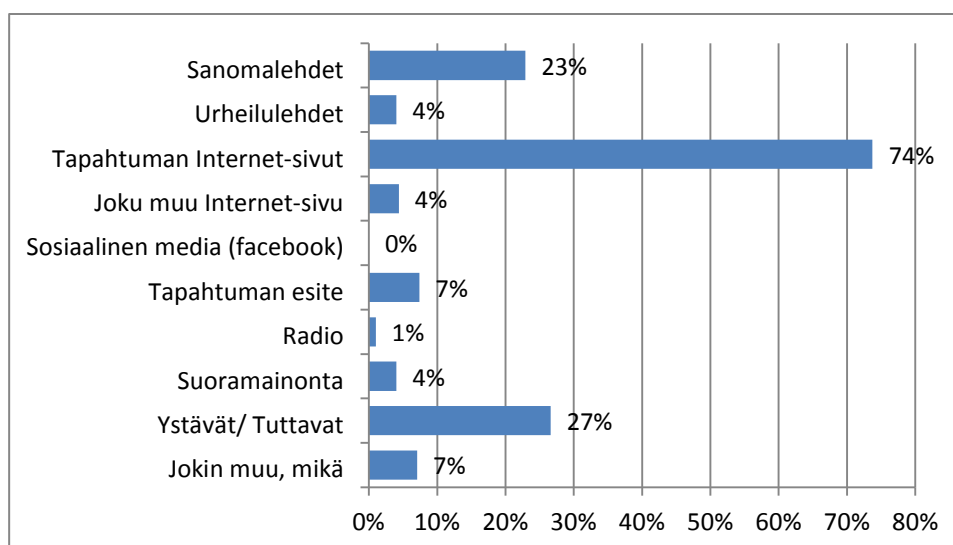
Kuvio 27. Osallistumismaksun hinnan sopivuus (n=297)

Tervahiihdon ilmoittautumisen helppous ja tapahtumapäivän järjestelyihin liittyvät arvot on esitelty kuviossa 28. Ilmoittautumisen helppouteen olivat vastaajat tyytyväisiä, sillä se sai keskiarvosanaksi erittäin hyvän (4,43). Kaikkiaan tapahtumapäivän järjestelyt onnistuivat kohtuullisen hyvin, sillä kaikki järjestelyihin liittyneet osa-alueet saivat keskiarvon perusteella hyvän arvostuksen. Järjestelyistä parhaimmiksi koettiin opasteet ja liikenteenohjaus, kisakansli-
an toiminta ja palvelualltius, kenttäkuulutus, tulospalvelu ja huoltopisteiden toiminta, sillä niille antoi yli neljäsosa vastaajista erittäin hyvän arvostuksen. Eniten parannettavaa oli lähdön sujuvuudessa ja latujen kunnossa, sillä yli kolmasosa vastaajista antoi niille arvostuksen tyydyttävän tai heikomman arvostuksen.



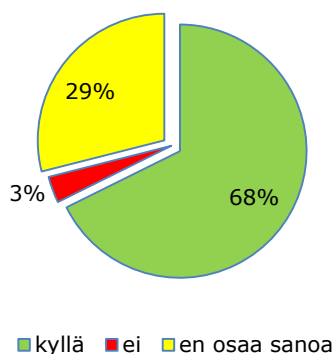
Kuvio 28. Tervahiihdon järjestelyt (n=297)

Tervahiihdosta vastaajat saivat eniten tietoa tapahtuman omilta Internet-sivuilta (kuvio 29). Myös sanomalehdistä tai ystäviltä ja tuttavilta oli neljäsosa vastaajista saanut tietoa. Vähiten tietoa oli saatu urheilulehdistä, jostakin muusta Internet-sivusta, radiosta ja suoramainonnasta. Avoimeen vastaukseen olivat lähes kaikki vastanneet tietävänsä tapahtuman ennestään.



Kuvio 29. Mistä sait tietoa tapahtumasta? (n=297)

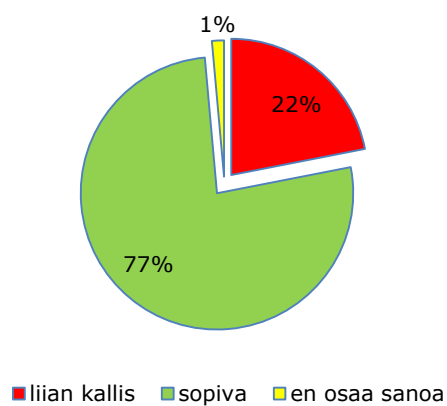
Tervahiihdon vastaajista lähes 70 % aikoi osallistua tapahtumaan myös ensi vuonna (kuvio 30). Vajaa kolmasosa ei osannut sanoa asiaan mielipidettään. Vain muutama prosentti vastaajista ei aikonut osallistua.



Kuvio 30. Aikomus osallistua tapahtumaan ensi vuonna (n=297)

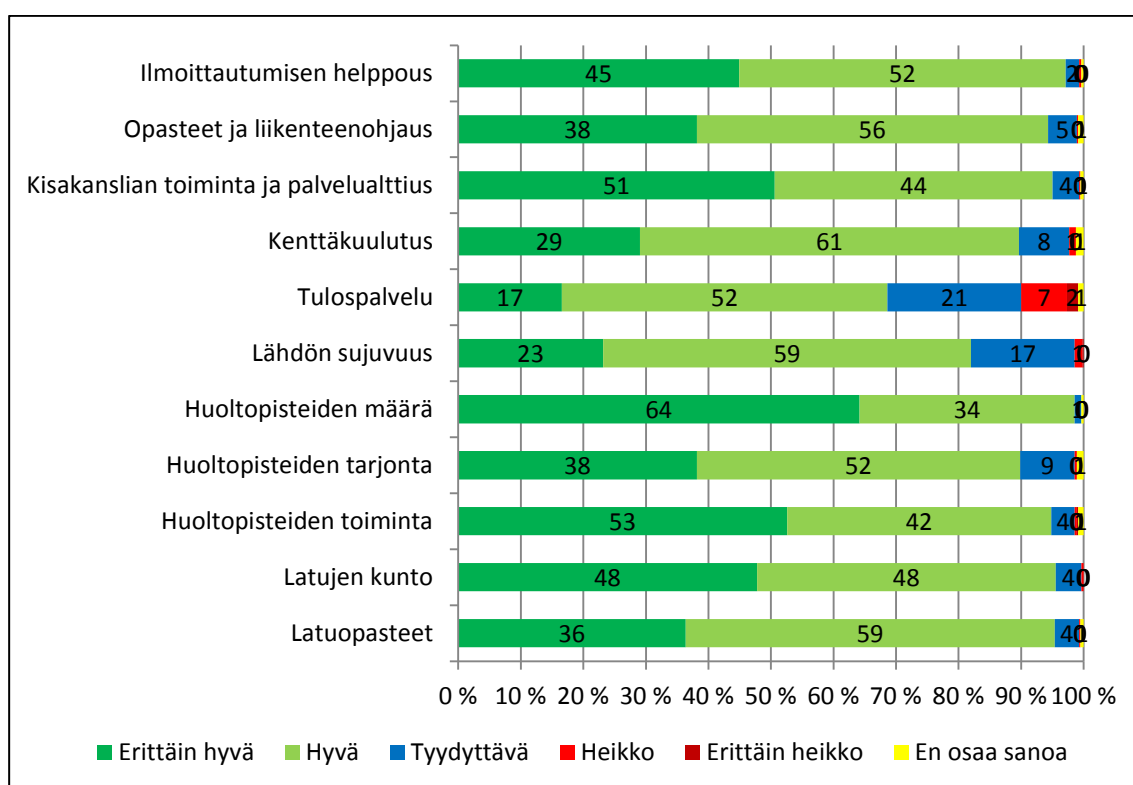
8.2.5 Pogostan Hiihdon järjestelyt ja tiedottaminen

Pogostan Hiihdon osallistumismaksun hinnan sopivuutta on esitetty kuviossa 31. Hinta vaihteli matkasta ja ilmoittautumisajankohdasta riippuen 50–85 €. Vastaajista suurin osa piti osallistumismaksua sopivan suuruisena. Viidesosa vastaajista piti hintaa liian kalliina ja kenenkään mielestä hinta ei ollut liian halpa. Vain murto-osa vastaajista ei osannut sanoa hintaan lainkaan mielipidettään.



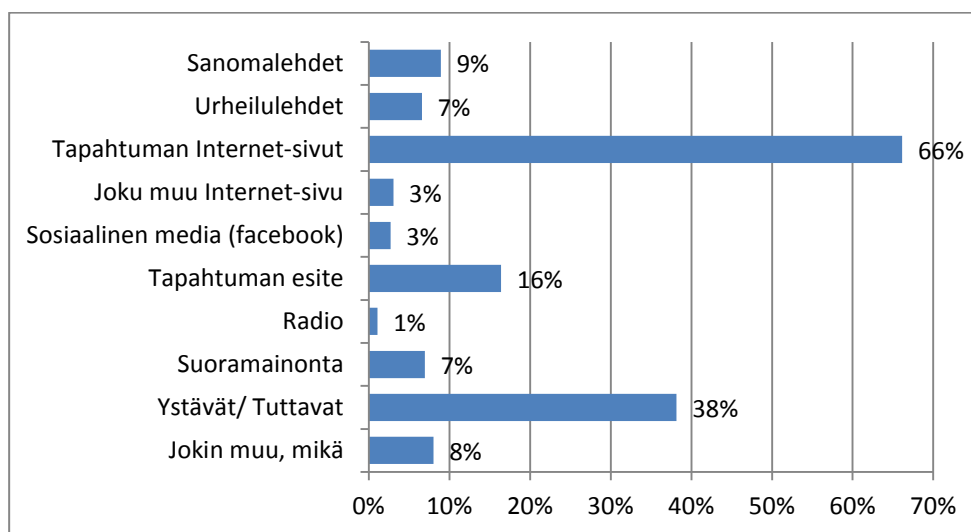
Kuvio 31. Osallistumismaksun hinnan sopivuus (n=561)

Pogostan Hiihdon ilmoittautumisen helppouteen ja tapahtumapäivän järjestelyihin liittyvät arvosanat on esitelty kuviossa 32. Pogostan Hiihdon ilmoittautumisen helppouteen vastaajat olivat tyytyväisiä, sillä lähes kaikki vastaajat (97 % vastaajista) antoivat sille arvosanaksi joko hyvän tai erittäin hyvän. Keskiarvon (4,42) perusteella ilmoittautumisen helppous koettiin erittäin hyväksi. Pogostan Hiihdon vastaajien mielestä tapahtumapäivän järjestelyt onnistuivat hyvin, sillä kaikki järjestelyihin liittyneet osa-alueet saivat keskiarvon perusteella erittäin hyvän tai hyvän arvosanan. Suurin osa järjestelyiden osa-alueista sai lähes samankaltaiset erinomaiset tulokset. Selkeästi muista heikommalla arvosanalla tulospalvelu ja lähdön sujuvuus. Erityisesti tulospalvelu sai lähes kolmasosalta vastaajista tyydyttävän tai heikomman arvosanan.



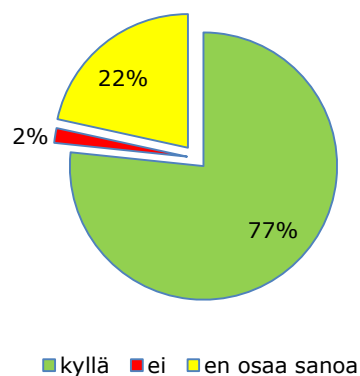
Kuvio 32. Pogostan Hiihdon järjestelyt (n=561)

Vastaajien tiedon saanti Pogostan Hiihdosta on esitetty kuviossa 33. Selkeästi eniten (66 % vastaajista) sai tietoa tapahtumasta Pogostan Hiihdon omilta Internet-sivuilta. Lisäksi tietoa saatiin ystäviltä ja tuttavilta. Myös tapahtuman esitteestä oli kuudesosa vastaajista saanut tietoa. Vähiten tietoa oli saatu joltakin muulta kuin Pogostan Hiihdon Internet-sivulta, suoramainonnasta ja radiosta. Avoimeen vaihtoehtoon olivat vastaajat yleisemmin vastanneet, että tapahtuma on tuttu aikaisemmista kokemuksista.



Kuvio 33. Mistä sait tietoa tapahtumasta? (n=561)

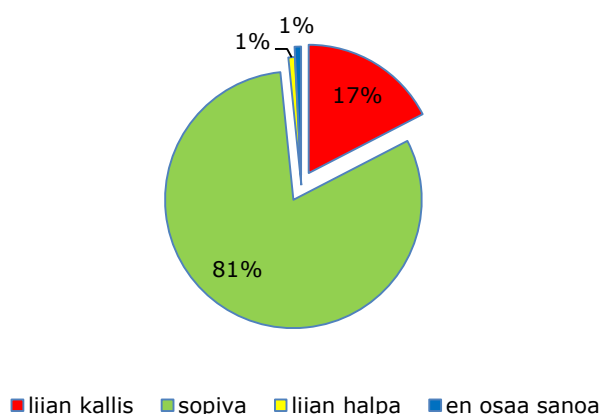
Vastaajista suurin osa aikoi osallistua Pogostan Hiihtoon myös ensi vuonna (kuvio 34). Vain murto-osa vastaajista ei aikonut osallistua ollenkaan. Lähes viidesosa vastaajista ei osannut sanoa asiaan mielipidettään.



Kuvio 34. Aikomus osallistua tapahtumaan ensi vuonna (n=561)

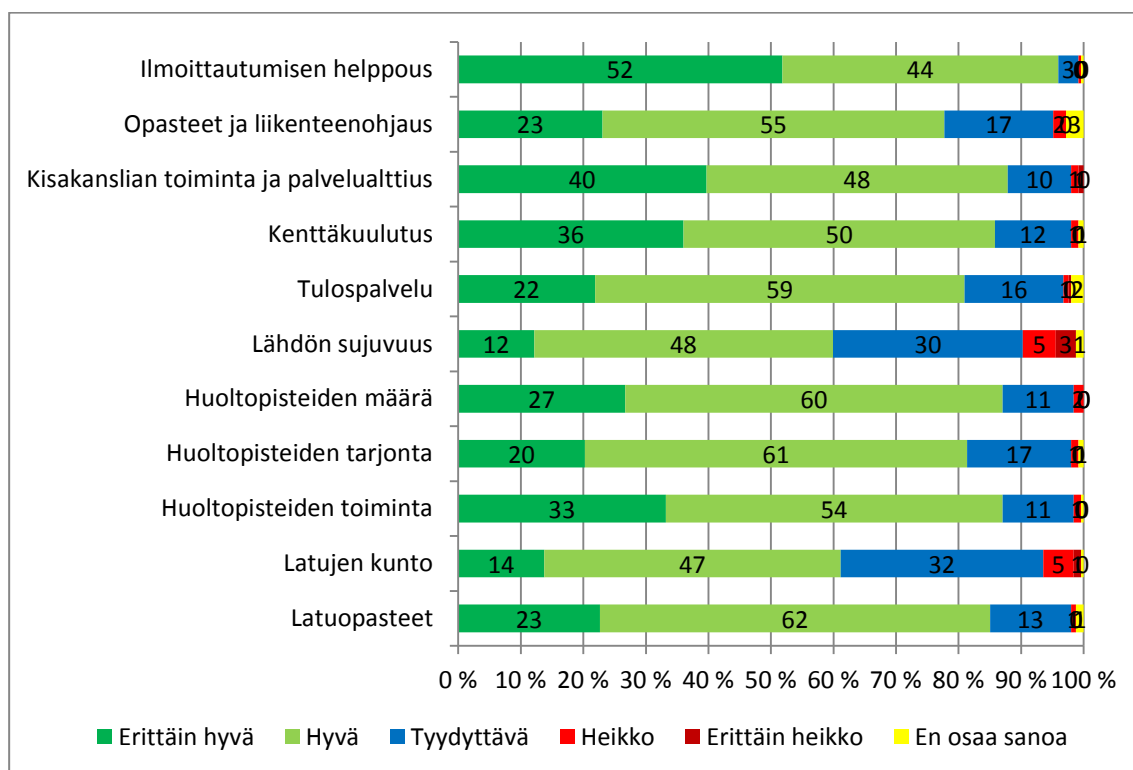
8.2.6 Lapponia-hiihdon järjestelyt ja tiedottaminen

Lapponia-hiihdon osallistumismaksun hinnan sopivuutta on esitelty kuviossa 35. Hinta vaihteli matkasta ja osakilpailujen määrän mukaan 50–130 €. Suurin osa eli yli 80 % vastaajista piti osallistumismaksua sopivan suuruisena. Liian kalliiksi hinnan koki kuudesosa vastaajista. Muutaman vastaajan mielestä hinta oli joko liian halpa tai he eivät osanneet sanoa asiaan mielipidettään.



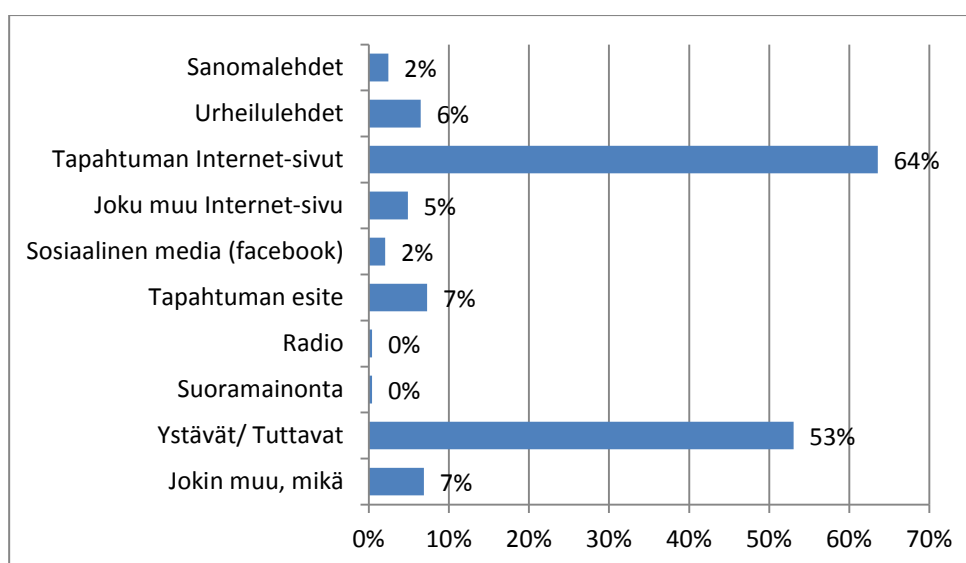
Kuvio 35. Osallistumismaksun hinnan sopivuus (n=247)

Kuviossa 36 on esitetty Lapponia-hiihdon ilmoittautumisen helppoutta ja kaikkia järjestelyihin liittyviä osa-alueita. Vastaajat olivat tyytyväisiä ilmoittautumisen helppouteen, sillä sen keskiarvo oli 4,48 ja lähes kaikki vastaajat antoivat sille arvosanaksi joko hyvän tai erittäin hyvän. Lapponia-hiihdon tapahtumapäivien järjestelyt onnistuivat hyvin, sillä kaikki järjestelyihin liittyneet osa-alueet saivat keskiarvon perusteella joko erittäin hyvän tai hyvän arvosanan. Parhaimmiksi koettiin kisakanslian toiminta ja palvelualttiut, kenttäkuulutus ja huoltopisteiden määrä, sillä niille antoi kolmasosa vastaajista erittäin hyvän arvosanan. Eniten parannettavaa oli lähdön sujuvuudessa ja latujen kunnossa, sillä lähes 40 % vastaajista antoi niille tyydyttävän tai heikomman arvosanan.



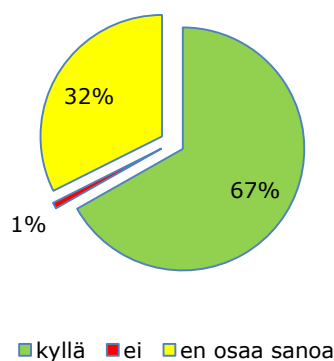
Kuvio 36. Lapponia-hiihdon järjestelyt (n=247)

Selkeästi eniten tietoa Lapponia-hiihdosta vastaajat saivat sekä tapahtuman omilta Internet-sivuilta että ystäviltä ja tuttavilta (kuvio 37). Kaikista muista vaihtoehtoista olivat vastaajat saaneet myös tietoa, mutta huomattavasti vähemmän. Avoimeen vaihtoehtoon suurin osa vastaajista oli vastannut tienneen tapahtuman jo ennestään.



Kuvio 37. Mistä sait tietoa tapahtumasta? (n=247)

Lapponia-hiihdon vastaajista yli 2/3 aikoi osallistua tapahtumaan ensi vuonna uudestaan (kuvio 38). Kolmasosa vastaajista ei osannut sanoa asiaan mielipidettään ja vain murto-osa ei aikonut osallistua ollenkaan.

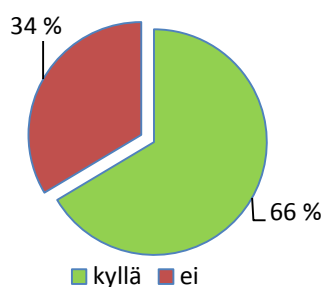


Kuvio 38. Aikomus osallistua tapahtumaan ensi vuonna (n=247)

8.3 Vastaajien arviot SM-sarjasta

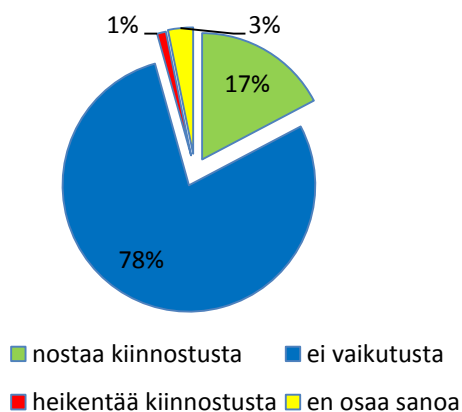
Tässä osiossa on esitelty ne tutkimustulokset, joiden tarkoituksena oli selvittää vastaajien näkemys uudesta pitkien matkojen SM-sarjasta. Kysymyksissä vastaajia pyydettiin kertomaan tiesivätkö he uudesta kilpailijoille tarkoitettusta SM-sarjasta ja millainen merkitys SM-sarjalla oli heidän kiinnostukseen ja arvostukseen massahiihtoja kohtaan. Tapahtumista saatuja tutkimustuloksia on käsitelty yhtenäisenä koko tutkimusjoukon (n=2470) osalta.

Vastaajista 66 % tiesi, että massahiihdoissa oli mukana uusi kilpailijoille tarkoitettu SM-sarja (kuvio 39). Vertaillen tapahtumia keskenään ilmeni, että tietämys SM-sarjasta vaihteli tapahtumittain 50 %–97 %. Yllättävintä oli, että ensimmäisessä SM-sarjan osakilpailussa eli Neljän Vuoren Hiihdossa jo lähes jokainen vastaaja tiesi SM-sarjasta, sillä ainoastaan 3 % vastaajista ei tiennyt. Kaikista heikoimmin tiesivät Finlandia-hiihdon vastaajat.

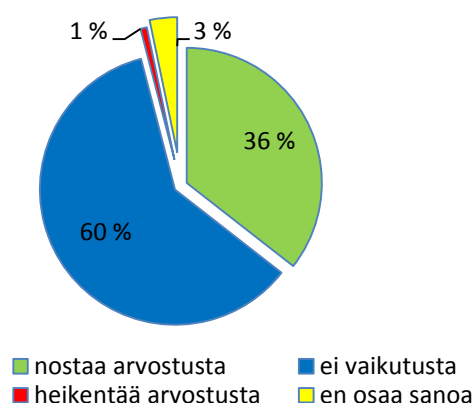


Kuvio 39. Tietämys SM-sarjasta (n=2470)

Tutkimuksessa vastaajilta kysyttiin myös vaikuttaako SM-sarja heidän kiinnostukseen (kuvio 40) tai arvostukseen massahiihtoja kohtaan (kuvio 41). Vastaajista lähes 80 % arvioi, että SM-sarjalla ei ollut vaikutusta heidän kiinnostukseen massahiihtoja kohtaan. Arvostukseenkaan SM-sarjalla ei ollut vaikutusta yli 60 % mielestä. Kuudesosa vastaajista koki SM-sarjan nostavan kiinnostusta ja yli kolmasosa koki sen nostavan arvostusta. Vain noin prosentti vastaajista arvioi niiden heikentävän heidän kiinnostustaan tai arvostustaan massahiihtoja kohtaan ja mielipidettä ei osannut sanoa noin 3 % vastaajista.



Kuvio 40. SM-sarjan merkitys kiinnostukseen massahiihtoja kohtaan (n=2470)



Kuvio 41. SM-sarjan merkitys arvostukseen massahiihtoja kohtaan (n=2470)

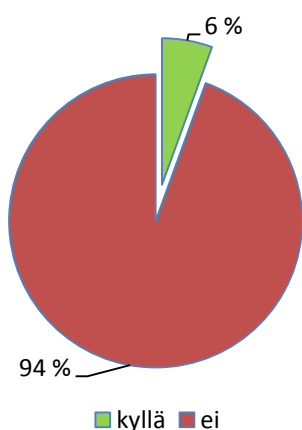
Tutkimuksessa testattiin ristiintalukoinnin avulla sukupuolen ja SM-sarjan merkityksen vaikutusta massahiihtojen kiinnostukseen että sukupuolen ja SM-sarjan merkityksen vaikutusta massahiihtojen arvostukseen. Lisäksi testattiin sekä iän ja SM-sarjan merkityksen vaikutusta massahiihtojen kiinnostukseen että iän ja SM-sarjan merkityksen vaikutusta massahiihtojen arvostukseen. Näiden ohessa testattiin SM-sarjan merkityksen vaikutusta massahiihtojen kiinnostuksen ja SM-sarjan merkityksen vaikutusta massahiihtojen arvostuksen riippuvuutta toisiinsa. Testauksien tulokset on esitelty liitteessä 6. Niissä havaittiin, että sukupuolella tai iällä ei ollut tilastollisesti merkittävää riippuvuutta vastaajan kokemukseen SM-sarjan merkityksestä massahiihtojen kiinnostukseen tai arvostukseen. Kaikkiaan 56 % kaikista vastaajista (n=2470) koki, että SM-sarjalla ei ollut lainkaan vaikutusta heidän massahiihtoja kohtaan tuntemaansa kiinnostukseen tai arvostukseen. 21 % kaikista vastanneista (n=2470) eli 526 vastaajaa koki, että SM-sarjalla ei ollut merkitystä heidän kiinnostukseen, mutta se nosti massahiihtojen arvostusta. Lisäksi yli 15% kaikista vastaajista (n=2470) koki SM-sarjan sekä nostavan massahiihtojen kiinnostusta että arvostusta.

8.4 SM-sarjaan osallistuneiden vastaajien kokemukset SM-sarjasta

Tässä osiossa on esitelty tutkimustulokset niiden kysymysten osalta, joiden tarkoitus oli selvittää SM-sarjaan osallistuneiden vastaajien saamat kokemukset SM-sarjasta. Aluksi vastaajilta kysyttiin, osallistuivatko he SM-sarjaan vai ei. Jos he eivät osallistuneet, niin loput tämän osion kysymykset jäivät automaattisesti pois. SM-sarjaan osallistuneilta vastaajilta kysyttiin kuinka moneen SM-sarjan osakilpailuun he aikovat osallistua, mistä saivat tietoa SM-sarjasta,

SM-sarjaan kokonaistuloksiin liittyvien osakilpailujen sopivaa määrää, miten kehittäisi SM-sarjaa ja SM-sarjan kokonaisarvosanaa. SM-sarjan kehittämistoiveet oli kyselyn ainoa avoin kysymys. Tapahtumista saatuja tutkimustuloksia on käsitelty yhtenäisenä koko tutkimusjoukon ($n=2470$) osalta.

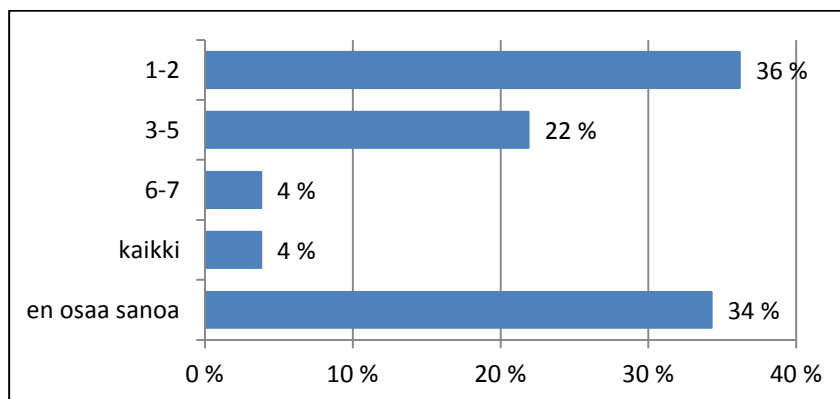
Tutkimukseen osallistuneista vastaajista 6 % osallistui SM-sarjaan, joka oli kaikkiaan 137 vastaajaa (kuvio 42). Lukumäärä oli kokonaisuutena hyvä, sillä SM-sarja oli vain kilpailijoille tarkoitettu erillinen massahiihdoissa mukana oleva kilpailumuoto. Näistä vastaajista osa osallistui useampaan tapahtumaan ja myös vastasi kyselyyn toistuvasti. Tämän vuoksi kysymyksissä kysyttiin, oliko vastannut aikaisemmin SM-sarjaan liittyviin kysymyksiin ja jos vastaus oli kyllä, niin kysymyksiä ei uudelleen esitetty. Näin SM-sarjaan liittyviin kysymyksiin pystyi sama vastaaja vastaamaan vain kerran. Näin kyselyn kautta saatiin kaikkiaan 105 eri vastaajan arvio SM-sarjasta.



Kuvio 42. SM-sarjaan osallistuneiden osuus kaikista vastaajista ($n=2470$)

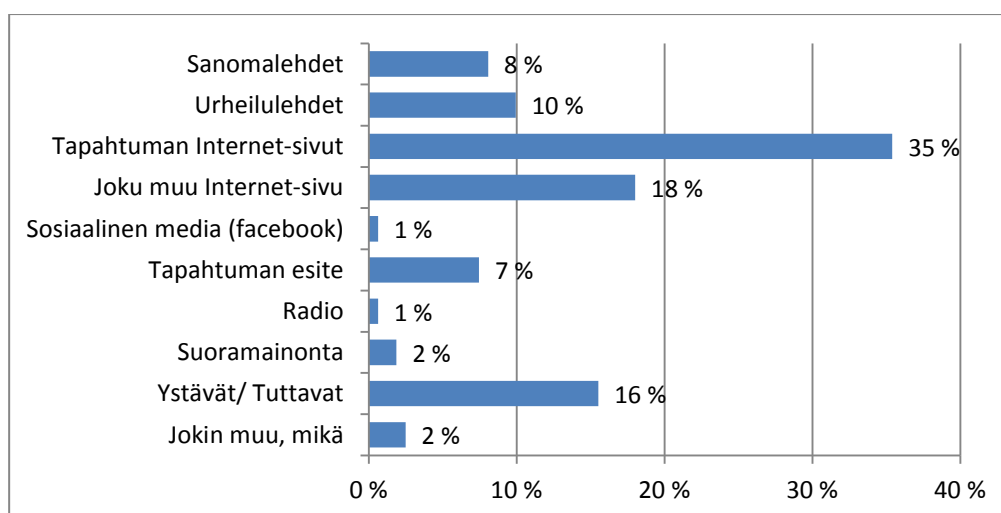
Ristiintaulukoinnin avulla tutkimuksessa testattiin sekä sukupuolen ja SM-sarjaan osallistumisen että iän ja SM-sarjaan osallistumisen suhdetta toisiinsa. Nämä tulokset on esitelty liitteessä 7. Tuloksista selvisi, että sukupuolella tai iällä ei ollut tilastollisesti merkittävää riippuvuutta SM-sarjaan osallistumisen suhteen.

SM-sarjaan osallistuneista vastaajista noin kolmasosa aikoi osallistua vain 1-2 SM-sarjan osakilpailuun ja lähes sama vastaajamäärä ei osannut sanoa (kuvio 43). Viidesosa vastaajista aikoi osallistua 3-5 osakilpailuun ja yhteensä vain kahdeksan vastaajaa aikoi osallistua useampaan.



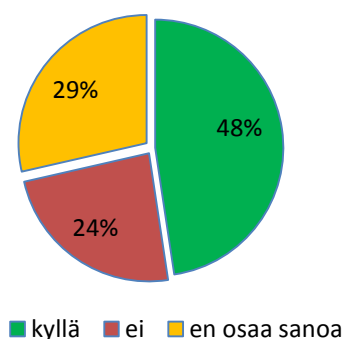
Kuvio 43. Kuinka moneen SM-sarjan osakilpailuun aikoo osallistua? (n=105)

Kuviossa 44 on esitetty mistä SM-sarjaan osallistuneet saivat tietoa SM-sarjasta. Yli kolmasosa koki saaneensa SM-sarjasta tietoa tapahtuman Internet-sivulta. Lisäksi noin viidesosa sai tietoa joltain muulta Internet-sivulta tai ystäviltään ja tutuiltaan. Urheilulehdistä, sanomalehdistä ja tapahtuman esitteestä oli noin joka kymmenes vastaaja saanut tietoa. Vähiten tietoa koettiin saaneen suoramainonnasta, radiosta, televisiosta tai jostain muusta, sillä vain muutama vastaaja oli valinnut jonkun niistä. Joku muu vaihtoehdossa oli voinut 2 % vastaajista, joissa kaikissa luki, etteivät vastaajat olleet saaneet mistään etukäteen tietoa SM-sarjasta.

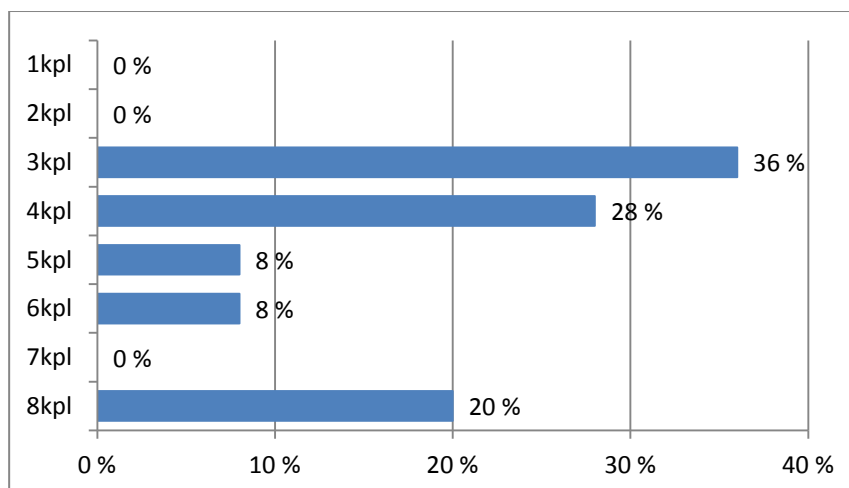


Kuvio 44. Vastaajien tiedonsaanti SM-sarjasta (n=105)

SM-sarjan sääntöjen mukaan SM-sarjan kokonaistuloksiin päästäkseen on osallistuttava vähintään viiteen SM-sarjan osakilpailuun. SM-sarjan osallistuneilta kysyttiin osakilpailujen määrän sopivuutta ja vastaukset on esitetty kuviossa 45. Lähes puolet vastaajista koki, että osakilpailujen määrä on sopiva. Vastaajista neljäsosan mielestä määrä ei ollut sopiva, kun vajaa kolmasosa ei osannut sanoa asiaan mielipidettään. Vastaajat, joiden mielestä osakilpailujen määrä ei ollut sopiva, saivat jatkokysymyksen avulla kertoa mielipiteensä osakilpailujen sopivammaksi määräksi. Eniten vastaajat kokivat, että osakilpailujen sopiva määrä olisi kolme tai neljä osakilpailua. Osa vastaajista koki myös, että kaikkiin osakilpailuihin olisi osallistuttava. Nämä vastaukset on esitetty kuviossa 46.



Kuvio 45. SM-sarjan kokonaistuloksiin vaadittavien osakilpailujen määrän sopivuus (n=105)

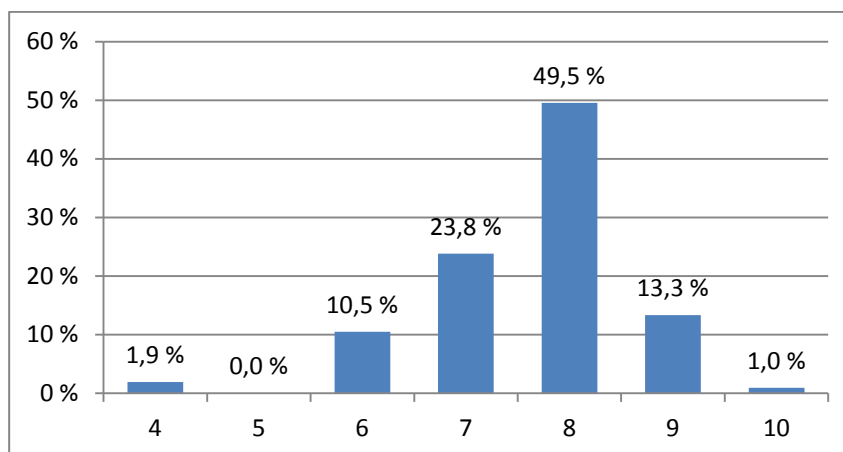


Kuvio 46. Vastaajien mielipide osakilpailujen sopivaksi määräksi (n=25)

Koko kyselylomakkeen ainoassa avoimessa kysymyksessä tiedusteltiin miten SM-sarjaa olisi kehitettävä tulevaisuudessa. Kysymykseen ei ollut pakko vastata. Vastauksia tuli kaikkiaan 29 ja ne on esitetty liitteessä 8. Eniten vastaajat antoivat kehittämistoiveita SM-sarjan koko-

naistuloksen muodostumiseen, sillä yli puolet vastauksista käsitteli kyseistä aihetta. Erityisesti osakilpailujen määrään ja tapahtumien painotukseen toivottiin muutoksia. Kuusi vastaajaa toivoi myös, että molemmat hiihtotyylit huomioitaisiin SM-sarjassa tasapuolisemmin. Muutamia kehittämistoiveita annettiin myös tapahtumien hinnoitteluun, hiihtoreittiin, lähtöjärjestykseen ja median hyödyntämiseen.

SM-sarjaan osallistuneiden vastaajien antamat SM-sarjan kokonaisarvosanat on esitetty kuviossa 47. Lähes puolet vastaajista antoi SM-sarjan kokonaisarvosanaksi 8, kun vaihtoehtoina oli kouluarvosanat 4–10. SM-sarja sai kiitettävän (9–10) kokonaisarvosanan joka seitsemänteltä vastaajalta. Vajaa neljäsosa vastaajista arvioi SM-sarjan arvosanaksi 7 ja kymmenesosa arvosanan 6. Vain vajaa 2% vastaajista antoi kokonaisarvosanaksi 4.



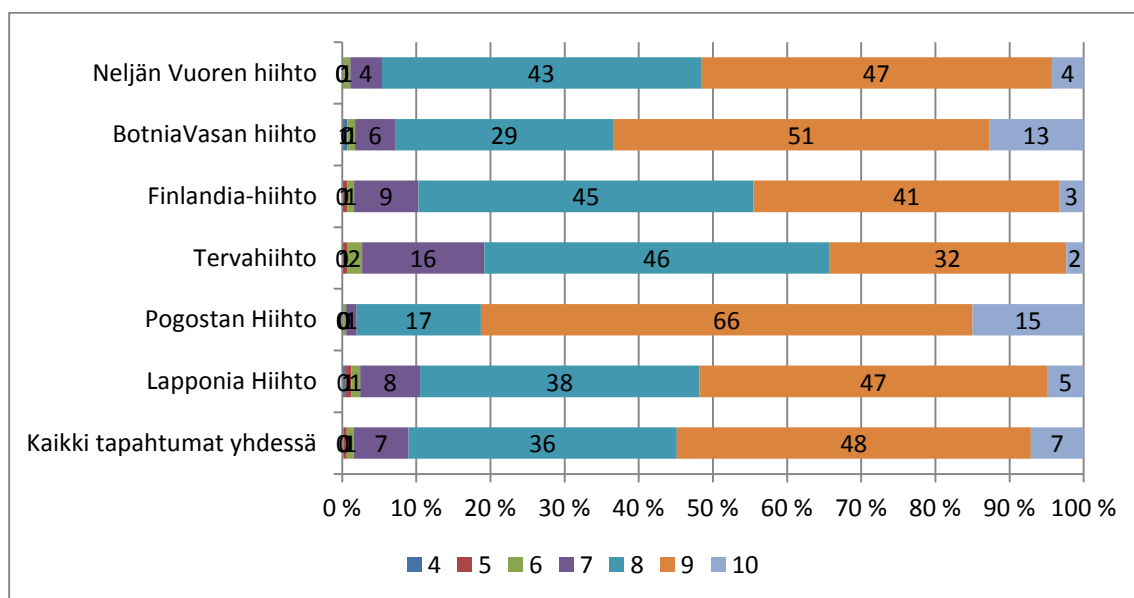
Kuvio 47. SM-sarjan kokonaisarvosana (kouluarvosanoitin 4–10) (n=105)

8.5 Vastaajien mielipide massahiihtotapahtuman kokonaisarvosanaksi

Tässä osiossa on esitelty tutkimuksen viimeistä kysymystä, jossa pyydettiin vastaajia antamaan kokonaisarvosana osallistumalleen massahiihtotapahtumalle (kuvio 48). Vastausvaihtoehtoina olivat kouluarvosanat 4–10. Jokaista massahiihtotapahtumaa on tässä osiossa käsitelty sekä erillisinä tapahtumina että koko tutkimusjoukon (n=2470) osalta.

Jokaisen massahiihtotapahtuman vastaajista suurin osa antoi osallistumalleen massahiihtotapahtumalle kokonaisarvosanaksi 8–9. Näiden vastaajien määrä vaihteli 78 % -91 %. Parhaimmat arvosanat sai Pogostan hiihto, sillä vain vajaa 2 % vastaajista antoi tapahtuman ko-

konaisarvosanaksi 7 tai heikomman. Vastaavasti tyytymättömämpiä tapahtumaan olivat Tervahiihdon vastaajat, sillä viidesosa antoi 7 tai heikomman tapahtuman kokonaisarvosanaksi. Kokonaisuudessaan vastaajat olivat tyytyväisiä massahiihtotapahtumiin, sillä yli 90 % vastaajista antoi massahiihtotapahtumia yhtenä tutkimusjoukkona (n=2470) arvioitaessa arvosanaksi 8 tai enemmän.



Kuvio 48. Massahiihtotapahtumien kokonaisarvosanat tapahtumittain ja kaikki tapahtumat yhdessä (n=2470)

9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia massahiihdon ja SM-sarjan asiakastyytyväisyyttä. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millainen on tyypillinen massahiihdon osallistuja ja miksi hän haluaa osallistua massahiihtotapahtumaan. Lisäksi tutkimuksella selvitettiin, millälaisia olivat massahiihtoon ja SM-sarjaan osallistuneiden kokemukset massahiihtotapahtumista, miten SM-sarjaa olisi kehitettävä ja miten SM-sarja mahdollisesti vaikutti osallistujien kiinnostukseen ja arvostukseen massahiihtotapahtumia kohtaan.

Tutkimukseen osallistuneet olivat kuudesta eri massahiihtotapahtumasta. Jokaisessa tapahtumassa osallistujia oli eri määrä, mutta vastausten määrä oli samanlainen suhteessa tapahtumaan osallistujien määrään, joten tapahtumat olivat tutkimuksessa tasapuolisesti edustettuina. Tutkimukseen osallistunut oli tyypillisemmin keski-ikäinen mies, joka on ammatiltaan toimihenkilö tai työntekijä. Vastaaja asui tapahtuman lähietäisyydellä enintään 200 km:n etäisyydellä tapahtumasta ja yöpyi kotonaan. Poikkeuksena oli vain Lapponia-hiihto, joka Pohjois-Suomen sijaintinsa vuoksi erottui yöpymisen suhteen muista massahiihtotapahtumista. Tutkimukseen osallistuneiden tärkeimmät syyt osallistua massahiihtotapahtumaan olivat halu kokeilla omia fyysisiä rajojaan, osallistuminen motiivina harjoittelulle, halu verrata omaa suoritusta aikaisempaan ja yleinen terveys ja hyvinvointi. Vastaajat olivat aikaisemmin osallistuneet tutkimuskohteen tai johonkin muuhun Suomessa järjestettyyn massahiihtotapahtumaan. Tutkimukseen osallistuneista kymmenesosa ei ollut koskaan aikaisemmin ollut mukana missään massahiihtotapahtumassa.

Ensimmäinen tutkimuksessa mukana ollut massahiihtotapahtuma oli Neljän Vuoren Hiihto, joka oli yksipäiväinen ja se hiihdettiin perinteisellä hiihtotavalla. Vastaajat kokivat tapahtuman osallistumismaksun sopivan suuruiseksi ja vastausten perusteella massahiihdon järjestelyihin oltiin kaikkiaan tyytyväisiä. Eniten kehitettävää oli lähdön sujuvuudessa, huoltopisteiden toiminnassa, latuopasteissa ja latujen kunnossa. Osallistuneista suurin osa aikoi osallistua Neljän Vuoren Hiihtoon uudelleen ja tapahtuma sai kokonaisarvosanaksi 8–9.

Toisena tapahtumana oli BotniaVasan Hiihto, joka oli yksipäiväinen ja se hiihdettiin myös perinteisellä hiihtotavalla. Tutkimukseen osallistuneiden mielestä osallistumismaksun hinta oli sopivan suuruinen ja järjestelyihin oltiin kaikkiaan tyytyväisiä. Parannettavaa oli eniten kenttäkuulutuksessa, lähdön sujuvuudessa ja latujen kunnossa. Osallistuneista suurin osa ai-

koi osallistua BotniaVasan Hiihtoon ensi vuonna uudelleen ja kokonaisarvosanaksi tapahtuma sai 8–9.

Kolmas massahiihtotapahtuma oli Finladia-hiihto, joka oli kaksipäiväinen. Lauantaina perinteisen hiihtotyylin tapahtuma kuului tutkimukseen mukaan. Finlandia-hiihdon osallistujista 40 % koki osallistumismaksun hinnan kalliiksi, kun sopivana sitä piti yli puolet tutkimukseen osallistuneista. Pääasiassa osallistujat olivat tapahtuman järjestelyiden eri osa-alueisiin tyytyväisiä. Eniten kehitettävää oli lähdön sujuvuudessa ja latujen kunnossa. Suurin osa osallistuneista aikoi osallistua tapahtumaan ensi vuonna uudelleen ja kokonaisarvosaksi tapahtuma sai 8–9.

Neljäs tutkimuksessa mukana ollut massahiihtotapahtuma oli Tervahiihto, joka hiihrettiin sekä vapaalla että perinteisellä hiihtovalla. Tervahiihdon osallistumismaksun koki lähes puolet osallistuneista kalliiksi, vaikka tapahtuman järjestelyt koettiin pääasiassa hyväksi. Eniten tapahtuman järjestelyistä on kehitettävää lähdön sujuvuudessa ja latujen kunnossa. Tutkimukseen osallistuneista suurin osa aikoi osallistua tapahtumaan uudelleen ja tapahtuma sai yleisesti kokonaisarvosanaksi 8–9.

Pogostanin Hiihto oli tutkimuksen viides massahiihtotapahtuma. Se oli kaksipäiväinen ja lauantain perinteisen hiihtotyylin tapahtuma kuului tutkimukseen mukaan. Suurin osa vastaajista koki osallistumismaksun hinnan sopivaksi ja tapahtuman järjestelyihin oltiin tyytyväisiä. Eniten parannettavaa on tulospalvelussa ja lähdön sujuvuudessa. Suurin osa vastaajista aikoi osallistua tapahtumaan uudelleen ja tapahtuma sai kokonaisarvosanaksi yleisesti 8–9.

Viimeisenä massahiihtotapahtumana tutkimuksessa oli Lapponia-hiihto, joka hiihrettiin vapaalla hiihtotavalla. Lapponia-hiihto sisälsi kolme erillistä tapahtumapäivää, jolloin myös yhtenä päivä osallistuneet olivat tutkimuksessa mukana. Osallistumismaksun hinta koettiin sopivan suuruiseksi ja järjestelyihin oltiin yleisesti tyytyväisiä. Eniten parannettavaa on lähdön sujuvuudessa ja latujen kunnossa. Lapponia-hiihtoon osallistuneista suurin osa aikoi osallistua tapahtumaan uudelleen ja tapahtuma sai kokonaisarvosanaksi 8–9.

SM-sarja on uusi kilpahiihtäjille suunnattu kilpailumuoto, joka toteutettiin massahiihtojen yhteydessä. Tutkimukseen vastanneista suurin osa tiesi SM-sarjasta. Yli kymmenesosa vastaajista koki SM-sarjan nostavan sekä massahiihtojen kiinnostusta että arvostusta, vaikkakin

suurin osa koki, että SM-sarjalla ei ole merkitystä. SM-sarjaan osallistuneet olivat tyytyväisiä SM-sarjaan, sillä he antoivat SM-sarjalle kokonaisarvosanaksi useimmiten 8.

SM-sarjan kehittämisehdotuksiin annettiin runsaasti palautetta ja yleisemmin ne käsittelivät SM-sarjan kokonaistuloksen muodostumista. Erityisesti vaadittiin muutoksia osakilpailujen määrään ja Lapponian rooliin kokonaistuloksissa. Lisäksi perinteisen ja vapaan hiihtotyyliden toivottiin huomioitavan tasapuolisemmin. Muutamia kehittämistoiveita annettiin myös tapahtumien hinnoitteluun, hiihtoreittiin, lähtöjärjestykseen ja median hyödyntämiseen.

10 POHDINTA

Tässä osiossa tarkoitukseni on avata opinnäytetyöprosessia kokonaisuudessaan. Alussa esitelen tulokset ja niihin mahdollisesti vaikuttaneet tekijät. Avaan myös opinnäytetyöprosessia luotettavuuden ja eettisyyden näkökulmasta. Lopussa pohdin omaa ammatillista kehittymistäni ja aiheeseen liittyviä jatkotutkimusaiheita.

10.1 Tulokset

Tämän opinnäytetyön tuloksilla on suuri merkitys työn toimeksiantajalle Suomen Maastohiihto ry:lle ja kaikille Suomessa järjestettäville massahiihtotapahtumille. Tutkimus oli ainutlaatuinen, sillä vastaavia asiakastytytyväisyyttä mittaavia tutkimuksia ei ollut aikaisemmin toteutettu massahiihtotapahtumista. Tämän johdosta massahiihtotapahtumien järjestäjät ottivat tutkimukseni aiheen positiivisin mielin vastaan. Lisäksi massahiihdoissa oli kaudella 2012 uutuutena mukana kilpahiihtäjille suunnattu SM-sarja, jonka kehittämiseen tutkimus antoi monipuolista palautetta, jota Suomen Maastohiihto ry voi tulevaisuudessa käytännössä hyödyntää. Tutkimukselle asetetut tavoitteet täyttyivät hyvin, sillä kaikille tutkimusongelmille löydettiin vastaukset tutkimuksen avulla. Erityisesti massahiihtotapahtumien järjestelyistä saatiin selkeästi esille osallistujien kokemukset sekä massahiihtotapahtumista että SM-sarjasta ja sen kautta mitattua osallistujien asiakastytytyväisyyden tasoa. Lisäksi tutkimus selvensi, mitkä ovat ne järjestelyiden osatekijät, joihin asiakkaat olivat eniten tyytymättömiä ja joihin järjestäjien olisi kyettävä löytämään parempi toimintatapa. Suomen Maastohiihto ry ja tapahtumien järjestäjät olivat aikaisemmin joutuneet tukeutumaan kuulopuheisiin, joten nyt he saivat tutkittua tietoa tapahtumista.

Tutkimuksessa oli mukana kuusi eri massahiihtotapahtumaa. Osallistujamäärä vaihteli tapahtumittain, mutta suhteellinen vastausmäärä oli kaikissa tapahtumissa lähes sama. Massahiihtotapahtumia seuratessa havaitsin, että tyypillinen massahiihtoon osallistuva on keski-ikäinen mies, joka tuli selkeästi esille myös tutkimuksessa. Osallistujat asuivat tapahtuman lähietäisyydellä enintään 200 km:n etäisyydellä tapahtumasta ja yöpyivät kotonaan. Poikkeuksena oli vain Lapponia-hiihto, joka Pohjois-Suomen sijaintinsa vuoksi erottui yöpymisen suhteen muista massahiihtotapahtumista. Nykyisin ihmiset osaavat arvostaa omaa terveyttään ja hy-

vinvointiaan, joka nousikin yhdeksi tärkeäksi syyksi osallistua massahiihtoon. Lisäksi haluttiin testata omia fyysisiä rajoja ja massahiihtotapahtuma toimi motiivina liikunnan harrastamiselle. Useasti massahiihtotapahtumiin osallistuneena olin ajatellut, että niihin osallistuvat vuodesta toiseen aina vain samat hiihtäjät, mutta tutkimukseni myötä havaitsin olevani väärässä. Tutkimukseen osallistuneista yli kymmenesosa (12,2 %) ei ollut koskaan aikaisemmin osallistunut lainkaan massahiihtotapahtumaan ja näin he olivat mukana tapahtumassa aivan ensimmäistä kertaa. Asiaa pohdittuani syynä saattaisi olla, että ensikertalaiset olivat uutuuden viehätystä johtuen kaikista kiinnostuneimpia vastaamaan tutkimukseen. Toisaalta se kertoo myös sen, että maastohiihto lajina on selkeästi nousemassa takaisin yhdeksi suosituimmaksi liikuntamuodoksi.

Massahiihtotapahtumista tutkimuksessa mukana oli ensimmäisenä tammikuun lopussa Jyväskylässä hiihdetty Neljän Vuoren Hiihto. Se oli tapahtumista kaikista uusin, sillä sitä oli järjestetty vain muutaman kerran aikaisemmin. Osallistujat olivat vastausten perusteella yleisesti tyytyväisiä tapahtuman järjestelyihin. Eniten kehitettävää oli lähdön sujuvuudessa, huoltopisteiden toiminnassa, latuopasteissa ja latujen kunnossa. Lähtöalueen ongelmana oli lähtöalueena toimineen urheilukentän reuna-alueen ahtaus ja heti lähtöalueen jälkeinen ladun nopea kaartuminen jyrkästi vasemmalle. Tämän seurauksena usea osallistuja kaatui tai hänen sauvansa katkesi. Alkupalven vähälumisuuden johdosta ladulla oli mäkiosuuksilla havaittavissa kiviä, jonka vuoksi latujen kunto sai muita heikompia arvosanoja.

Toisena tapahtumana oli Vöyrillä helmikuun alussa ollut BotniaVasan Hiihto, jota on järjestetty jo vuosikymmenten ajan. Tapahtumassa oli kansainvälisyyden tuntua, sillä kaikki tapahtumainfo toimitettiin sekä suomen että ruotsin kielellä. Tapahtumaan osallistuneista huomattava osa oli ruotsinkielisiä ja sen vuoksi tutkimusta toivottiin myös ruotsinkielisenä. Tutkimukseen osallistuneet kokivat järjestelyiden onnistuneen hyvin. Heikoimmat arvosanat annettiin kenttäkuulutukselle, lähdön sujuvuudelle ja latujen kunnolle. Lähdön sujuvuuden heikkouden aiheutti ladun nopea kapeneminen heti lähtöalueen jälkeen, jolloin osa hiihtäjistä joutui odottamaan mahtuakseen ladulle hiihtämään. Latujen kuntoon vaikutti eniten talven vähälumisuus, sillä paikoitellen maa oli näkyvissä. Lisäksi juuri ennen tapahtumaa alkanut sankka lumipyry tukki täysin perinteisen ladut ja teki hiihtämisestä erittäin raskasta.

Kolmas massahiihtotapahtuma oli Lahdessa helmikuun lopussa järjestetty Finladia-hiihto, joka on Suomen tunnetuin ja suosituin massahiihto. Finlandia-hiihtoon osallistui myös runsaasti ulkomaalaisia, sillä se on mukana maailmanlaajuisessa Worldloppet-sarjassa. Pääasiassa

osallistujat olivat tapahtuman järjestelyiden eri osa-alueisiin tyytyväisiä. Eniten kehitettävää oli lähdön sujuvuudessa ja latujen kunnossa. Finlandia-hiihdon järjestämisen tekee haasteelliseksi sen suuri osanottajamäärä, jonka vuoksi tasapuolisen lähdön järjestäminen ja kulutusta kestävien latujen tekeminen on vaikeaa. Lähtöä on porrastettu useampaan erään, mutta silti heti lähdön jälkeinen Lahden stadionin jyrkkä mäki aiheuttaa ongelmia, joka näkyi myös tutkimustuloksissa. Latujen kunnossapitoon on vuosien aikana panostettu runsaasti ja niiden kunnossa pitämiseksi pyritään tekemään kaikki mahdollinen, mutta suuren osanottajamäärän johdosta viimeisenä hiihtäville ladut ovat väkisinkin jo kuluneet huonokuntoisemmiksi.

Neljäs tutkimuksessa mukana ollut massahiihtotapahtuma oli Tervahiihto, joka on kaikista vanhin Suomessa järjestetyistä massahiihdoista. Tapahtuma on vuosien saatossa muuttunut paljon, sillä nykyisin tapahtumapaikkana on Hiukkavaaran alue. Tervahiihto sai kokonaisuutena heikoimmat arvosanat verrattuna muihin tapahtumiin. Erityisesti tutkimuksessa selvisi, että suuri osa vastaajista koki osallistumismaksun hinnan liian kalliiksi, vaikkakin tapahtuman järjestelyt koettiin pääasiassa hyviksi. Lisäksi muista osa-alueista heikompia arvosanoja sai lähdön sujuvuus ja latujen kunto. Lähdön heikkoutena oli lähtöalueen ahtaus, vaikka lähtöä oli porrastettu useampaan erään. Lisäksi tapahtumapäivän sään nopea lämpeneminen aiheutti latujen nopean pehmenemisen. Mielestäni Tervahiihdon muita heikommille tutkimustuloksille voisi yhtenä syynä olla, että tapahtuma on muuttunut liikaa sen parhaimmilta ajoilta, jolloin lähtö tapahtui Oulujoen jäältä ja maali sijaitsi Ouluhallilla. Silloin tapahtumassa oli suuren urheilujuhlan tuntua. Nykyinen Tervahiihto ei ole enää kokemuksena entisensä kaltainen.

Pogostan Hiihto oli tutkimuksen viides massahiihtotapahtuma. Se oli kaksipäiväinen, mutta ainoastaan lauantaina osallistuneet kuuluivat tutkimukseen mukaan. Suurin osa vastaajista oli tapahtuman järjestelyihin tyytyväisiä. Eniten parannettavaa oli tulospalvelussa ja lähdön sujuvuudessa. Tulospalvelulle annettiin runsaasti heikompia arvosanoja ja yhtenä syynä voisi olla, että tulokset eivät näkyneet heti Internetissä. Oli yllättävää, että myös lähdön sujuvuuteen eivät olleet osallistujat tyytyväisiä, sillä alue oli tosi laaja ja ajattelin siinä riittävän kaikille tasapuolisesti tilaa. Ehkä lähdön jälkeinen mäki aiheutti osalle osallistujista ongelmia.

Viimeisenä massahiihtotapahtumana tutkimuksessa oli Lapponia-hiihto, joka käsitti kaikkiaan kolme erillistä tapahtumapäivää. Lapponia-hiihto hiihdettiin vapaalla hiihtotavalla. Yleisesti tutkimukseen osallistuneet kokivat järjestelyt hyviksi. Eniten parannettavaa oli lähdön sujuvuudessa ja latujen kunnossa, sillä kaikista eniten ne osa-alueet saivat heikompia arvosanoja. Useita päiviä kestävä tapahtuma ja Lapin tuntureiden muuttuvat sääolosuhteet ovat

suuri haaste Lapponia-hiihdon järjestäjille. Lisäksi lähtöpaikat vaihtuivat jokaisena tapahtumapäivänä, joten sujuvan yhteislähdön järjestäminen isolle osallistujamäärälle on vaikea käytännössä toteuttaa.

Massahiihtotapahtuman järjestämisessä on iso urakka, sillä tapahtuman onnistumiseen vaikuttavia tekijöitä on useita ja erityisesti Suomen talviset olosuhteet yhdistettynä suureen yleisömäärään tekee järjestämisestä haastavan. Kaikkiaan massahiihtotapahtumien järjestäjät voivat olla kauteen 2012 tyytyväisiä, sillä pääasiassa tutkimuksessa saadut osallistujien kokemukset tapahtumista olivat hyviä. Kun on kyseessä iso yleisötapahtuma, niin aina löytyy jossain järjestelyiden osa-alueista parannettavaa. Erityisesti tutkimuksessa selvisi, että järjestäjien olisi entistä tarkemmin tulevaisuudessa kiinnitettävä huomiota kaikkien massahiihtotapahtumien lähdön sujuvuuteen ja latujen kunnon parantamiseen. Lähtöpaikan valintaan olisi järjestäjien suhtauduttava kriittisemmin, jotta siinä olisi tarpeeksi tilaa suuren osallistujamäärän yhteislähdölle. Hyvin usein lähtöalueet ovat liian pieniä ja kapeita. Suositeltavaa olisi tarpeen vaatiessa miettiä lähdön porrastusta tai hiihtovauhdin perusteella muodostettuja erillisiä lähtöryhmiä, jotta välttyttäisiin turhilta välinerikoilta ja onnettomuuksilta. Latujen kunnon parantamiseksi sää on vaikein ja haastellisin tehtävä, johon järjestäjien on mahdoton vaikuttaa. Ennakolta olisi järjestäjien pyrittävä varautumaan erilaisiin sääolosuhteisiin ja miettiä, miten ne vaikuttavat tapahtuman toteuttamiseksi onnistuneesti.

Tutkimukseen osallistuneista suurin osa aikoi osallistua tapahtumaan myös ensi vuonna, joten sen perusteella voidaan todeta massahiihtotapahtumien onnistuneen hyvin. Ilman tyytyväisiä osallistujia tapahtumalla ei olisi jatkomahdollisuuksia. Jokainen massahiihtotapahtuma oli hinnoiteltu erikseen ja tutkimuksessa selvisikin, että osallistujien mielestä osallistumismaksujen hinnat ovat nykyisellään suhteellisen sopivalla tasolla ja niitä ei olisi suositeltavaa enää korottaa.

Vertaillessani tuloksia vuoden 2008 Vuokattihihtoon, niin havaitsin tuloksissa useita samankaltaisuuksia. Ilmoittautumisen helppoutteen ja järjestelyihin kokonaisuutena olivat osallistujat molemmissa tutkimuksissa tyytyväisiä. Kehitettävää jäi edelleen erityisesti lähtöjärjestelyihin, sillä molemmissa tutkimuksissa niihin oltiin eniten tyytymättömiä. Eniten eroavaisuutta oli latujen kunnon osalta, sillä Vuokattihihdon 2008 tutkimuksessa latujen kunto sai erityisesti kiitosta, kun taas tässä tutkimuksessa se nousi esiin toisena arvosanoiltaan heikompana osa-alueena. Mielestäni asiaan vaikuttaa, että nykyisin osallistujat ovat entistä vaativampia latujen kunnon suhteen, sillä Suomessa hiihtäjät on totutettu erinomaisiin latuolosuhteisiin.

Massahiihdoissa mukana ollut pitkien matkojen SM-sarja on uudentyyppinen kilpailumuoto. Tutkimukseen osallistuneista 6 % eli 137 vastaajaa osallistui SM-sarjaan. Osa näistä vastaajista osallistui useampaan massahiihtotapahtumaan ja näin vastasi myös kyselyyn toistamiseen. Kaikkiaan tutkimukseen saatiin 105 eri vastaajan arvio SM-sarjasta. Se on noin puolet koko kauden 2012 aikana SM-sarjaan osallistuneista, sillä SM-sarjaan osallistui kaikkiaan noin parisataa hiihtäjää. Sen perusteella voidaan sanoa, että SM-sarjalle oli selkeästi tarvetta ja se otettiin kilpahiihtäjien keskuudessa toivottuna uudistuksena vastaan. Se kertoo myös sen, että SM-sarjaa olisi edelleen kehitettävä entistä houkuttelevammaksi, jotta yhä useampi kilpahiihtäjä haluaisi tulevaisuudessa siihen osallistua.

Jo SM-sarjan suunnitteluvaiheessa nousi esille, miten muut massahiihdon osallistujat kokisivat SM-sarjan ja sen vuoksi tutkimuksessa asiaa tiedusteltiin osallistujilta sekä kiinnostuksen että arvostuksen näkökulmista. SM-sarjasta olivat tutkimukseen osallistuneet tietoisia, mutta heistä puolet koki, että se ei vaikuttanut mitenkään massahiihtojen kiinnostukseen tai arvostukseen. Mielenkiintoista tutkimustuloksissa oli, että viidesosa tutkimukseen osallistuneista vastasi, ettei SM-sarja vaikuttanut lainkaan massahiihtojen kiinnostukseen, mutta se nosti massahiihtojen arvostusta. Mielestäni se kertoo sen, että Suomen mestaruus arvolla luodaan massahiihdoille positiivisempi arvostuksen ilmapiiri. Positiivista oli kuitenkin huomata, että SM-sarjalla ei ollut kiinnostukseen tai arvostukseen heikentävää vaikutusta vaan sen merkitys oli pääasiassa joko neutraali tai positiivinen.

SM-sarjaan osallistuneilta toivottiin avointa palautetta SM-sarjasta, jotta Suomen Maastohiihto ry:llä olisi tutkittua tietoa taustalla kehittäessään SM-sarjaa tulevaisuudessa. Harvoin uudistus on niin hyvä, että siinä ei olisi jotain kehitettävää. Erityisesti kehittämistoiveita annettiin SM-sarjan kokonaistuloksen muodostumisesta. Sen ongelmaksi koettiin osakilpailujen määrä ja Lapponia-hiihto. Nykyisen säännön mukaisesti SM-sarjan kokonaistuloksiin päästäkseen oli osallistuttava kauden aikana vähintään viiteen osakilpailuun ja sen koki useimmat vastaajat liian suureksi määräksi. Lisäksi Lapponia-hiihdon merkitystä kokonaistuloksiin toivottiin pienennettävän, sillä sen osuus kokonaistuloksissa oli lähes kolmasosa pisteistä. Näin asiaa kommentoi eräs osallistuja avoimessa kehittämistoiveessaan.

Suuri kilpailumäärää vaatimus (5) karsii lopputuloksiin hyväksytyjen määrän pieneksi -> vähän osallistujia, ei juuri huippuja, huono arvostus. Toinen asia, mikä karsii osallistujia on Lapponiahiihto. Viikko pitäisi ottaa töistä lomaa, että voi osallistua sarjaan.

Toisena tärkeänä SM-sarjan kehittämistoiveena nousi esiin perinteisen ja vapaan hiihtotyylien tasapuolisempi huomioiminen. Tutkimuksen kohteena olleena kautena perinteisen osuus tapahtumissa oli suurempi ja näin sen koettiin hyödyntävän kilpahiihtäjiä, jotka olivat vahvempia perinteisellä hiihtotyyllillä hiihdettyä. Lisäksi vapaan hiihtotyylin osakilpailuista suurin osa koostui Lapponia-hiihdosta. Näin sen merkitys koko SM-sarjassa korostui entisestään. Muutamia kehittämistoiveita annettiin myös tapahtumien hinnoitteluun, hiihtoreittiin, lähtöjärjestykseen ja median hyödyntämiseen.

Kehittämistoiveiden perusteella kokonaistuloksen muodostumiseen voisi ratkaisuna olla, että kokonaistuloksiin päästäkseen riittäisi osallistuminen vain yhteen tai maksimissaan kahteen tapahtumaan. Näin kokonaistuloksissa huomioitaisiin entistä useampi osallistuja. Lapponia-hiihdon merkitystä pienentäisi, jos tapahtumasta saatava pistemäärä muodostuisi vain kokonaistuloksen perusteella tai yhden tapahtumapäivän osakilpailun osalta. Yhden tapahtumapäivän osakilpailun tuloksen merkityksellä mahdollistettaisiin entistä useamman osallistujan osallistuminen, kun lomaa ei tarvitsi töistä ottaa viikkoa, kuten edellä esitettyssä kehittämistoiveessa asia esitettiin. Hiihtotyylien tasapuolisuuteen helpoin ratkaisu olisi, että SM-sarjan osakilpailujen määrä olisi kummallakin hiihtotyyllillä sama. Lisäksi vapaan hiihtotyylien osakilpailuista vain yksi koostuisi Lapponia-hiihdosta.

10.2 Luotettavuus

Tutkimuksen kokonaisluotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä on useita. Kokonaisluotettavuus on hyvä, kun otos edustaa perusjoukkoa ja tutkimuksen mittaamisessa on minimimoitu satunnaisvirheiden mahdollisuus. Asiakastyytyväisyystutkimuksen luotettavuutta heikentävät mm. liian pieni otanta, vastaamattomien suuri määrä, epäselvästi muotoillut kysymykset ja väärin ajoitettu ajankohta. (Heikkilä 2008, 29–31; Rope & Pöllänen 1998, 83; Vilka 2007, 149–152.)

Tutkimuksen luotettavuutta pyrin parantamaan tarpeeksi suurella otoksella, oikeanlaisen kyselylomakkeen avulla ja oikein ajoitetulla tutkimusajankohdalla. Tarpeeksi suuren otannan saamiseksi jokaisen massahiihtotapahtuman järjestäjän kanssa oli etukäteen sovittu, että kyselyyn vastanneiden kesken arvottaisiin kaksi ilmaista osallistumisoikeutta seuraavan vuoden tapahtumaan. Luotettavuutta lisäsi, että tutkimuksen vastausprosentti oli hyvä, sillä kaikista

tapahtumista noin puolet osallistuneista vastasi siihen. Valitettavasti kaikki osallistuneet eivät olleet antaneet ilmoittautumisen yhteydessä sähköpostiosoitettaan ja sen johdosta kaikkia osallistuneita ei lainkaan tavoitettu.

Kyselylomake oli todella laaja ja pitkä, mutta kyselyn kokonaissivumäärä ei korostunut sähköisessä kyselylomakkeessa. Lisäksi kysymykset olin asetellut mahdollisimman selkeiksi ja johdonmukaisiksi kokonaisuuksiksi, joka nopeutti vastaamista. Kyselylomakkeen pituutta lisäsi vielä erillinen SM-sarjaan liittyvien kysymysten osuus, mutta sen sai vastataksaan vain pieni joukko tutkituista, joten sen merkitys tutkimuksen pituudessa oli vähäinen. Kokonaisuudessaan kyselylomake täytti tarkoituksensa, sillä sen avulla saatiin helposti mahdollisimman kattavasti massahiihtotapahtumista tietoa. Luotettavuutta paransi myös tutkimuksen ajankohta, joka oli muutaman päivän sisällä massahiihtotapahtuman jälkeen ja näin tapahtumasta saadut kokemukset olivat vielä hyvin muistissa.

Tutkimukseni luotettavuutta hiukan heikentää, että pieni osa tutkimusjoukostani sai tutkimuksen useamman kerran vastataksaan, sillä osa osallistujista osallistui kauden aikana useampaan massahiihtotapahtumaan. On kuitenkin muistettava, että jokainen massahiihtotapahtuma oli erillinen tapahtuma ja niistä kaikista haluttiin saada yksilöllistä tietoa. SM-sarjaan liittyviin kysymyksiin pystyi sama vastaaja vastaamaan vain kerran, sillä kyselylomakkeella kysyttiin, että oliko vastannut niihin liittyviin kysymyksiin aikaisemmin. Osa kysymysten kautta saadusta tiedosta oli sellaista, jolla ei ollut suurta merkitystä tälle tutkimukselle, mutta tutkimuksen tilaajalle Suomen Maastohiihto ry:lle ja sitä kautta massahiihtojärjestäjille kaikilla kysymyksillä oli selkeä tarve.

Tutkimuksessa käytetty tutkimusmenetelmä soveltui hyvin tähän tutkimukseen. Sen avulla tutkimusaineisto saatiin kerättyä suurelta tutkimusjoukolta tehokkaasti, edullisesti ja sujuvasti. Tutkimusaineistosta onnistuttiin näin saamaan tarpeeksi laaja ja kattava kokonaisuus. Tulosten analysointia helpotti Digium Enterprise-raportointiohjelmisto, jonka avulla laajaa aineistoa oli selkeämpi ja helpompi käsitellä.

Yhtenä luotettavuuteen vaikuttavana tekijänä on tutkimuksen reliabiliteetti, joka tarkoittaa tutkimuksen pysyvyyttä ja luotettavuutta. Reliabiliteetilla selvitetään tutkimuksen toistettavuutta eli saadaanko kyselyllä samat mittaustulokset eri mittauskerroilla ja vaikuttavatko ulkopuoliset tekijät tuloksiin. (Hirsjärvi ym. 2009, 226; Vilkkä 2007, 149). Tämän tutkimuksen kohdalla tutkimuksen toistettavuus ilmeni jo tutkimusta tehdessä, sillä samaa kyselylomaketta

käytettiin kaikissa kuudessa tapahtumassa. Saadut tulokset olivat hyvin samankaltaisia ja näin ulkopuolisilla tekijöillä ei ollut vaikutusta tuloksiin. Reliabiliteettiin vaikuttaa myös tuloksista tehtävä analysointi, sillä tulokset saatiin helposti siirrettyä Digium Enterprise raportointiohjelmiston kautta suoraan Excel- ja SPSS-tiedostoiksi, jolloin virheiden mahdollisuus jäi hyvin pieneksi.

Asiakastyytyväisyystutkimuksen validiteetilla mitataan myös tutkimuksen luotettavuutta. Validiteetti eli pätevyys tarkoittaa kykyä mitata juuri niitä asioita, joita tutkimuksessa on tarkoitus mitata. Sekä vastaajan että tutkijan täytyy ymmärtää kysymykset samalla tavalla. Tämän johdosta kysymysten muotoilu, vastausvaihtoehtojen asettelu, kysymysten sijoittaminen tutkimuslomakkeeseen sekä systemaattisten virheiden välttäminen vaikuttavat tutkimuksen validiteettiin. Validius yhdistyy aina tutkimusalueen teoriaan ja siinä oleviin käsitteisiin. (Heikkilä 2008, 186–187; Rope & Pöllänen 1998, 83.) Validiteetin parantamiseksi pyrin tekemään mahdollisimman helposti ymmärrettävän, selkeän kyselylomakkeen, jota oli mahdollisuus tulkita vain yksiselitteisesti. Kyselylomakkeen laadin teorian pohjalta, jotta saisin mahdollisimman luotettavia ja päteviä tuloksia. Luotettavien tulosten saamiseksi ja systemaattisten virheiden poissulkemiseksi kyselylomakkeen toimivuus testattiin etukäteen koeryhmällä.

10.3 Eettisyys

Tutkimusta tehdessä kohtaa useita tutkimukselle tyypillisiä eettisiä vaatimuksia, joista tärkeimmät ovat aiheen valinta, tutkimuskohteena olevien henkilöiden kohtelu ja epärehellisyys. Jo aiheen valinta on eettinen ratkaisu, sillä tutkimuksen valintaan vaikuttaa kenen ehdoilla tutkimusaihe on valittu ja miksi tutkimukseen on ryhdytty. (Hirsjärvi ym. 2009, 26–27.) Tutkimukseni aiheen valintaan vaikutti sekä oma kiinnostukseni aiheeseen että Suomen Maastohiihto ry:n tarve tutkimukselle. Asiakastyytyväisyys aiheena ei ollut vaikea, mutta sen käytännössä toteuttaminen laajana kyselytutkimuksena oli haastava tehtävä.

Tutkimuskohteena olevien henkilöiden kohtelussa on huomioitava, että toimitaan moraalisesti oikein. Henkilöiltä on saatava suostumus tutkimukseen osallistumiselle ja henkilöille ei sasi aiheutua riskejä osallistuessaan tutkimukseen. (Hirsjärvi ym. 2009, 26.) Tässä tutkimuksessa osallistujat osallistuivat tutkimukseen täysin vapaaehtoisesti, joten heiltä ei tarvinnut erikseen pyytää lupaa. Tutkimukseen vastaaminen tapahtui anonymisti ja vastaajan yhteys-

tiedot sai vapaaehtoisesti jättää arvontaa varten. Tutkimukseen osallistuneiden vastaajien henkilöllisyys ei siis selvinnyt mistään tutkimustuloksesta. Kaikissa opinnäytetyöprosessin eri vaiheissa pyrin toimimaan eettisiä periaatteita noudattaen eli kunnioittamaan rehellisyyttä ja välttämään totuuden vääristämistä.

10.4 Ammatillinen kehittyminen

Opinnäytetyön tekeminen oli kokonaisuutena todella vaativa ja rankka prosessi. Työni aiheita valitessani en osannut kuvitella, että työstäni muodostuisi näin laaja kokonaisuus. Massahiihtoihin liittyvä aihe kiinnosti minua erittäin paljon ja kuvittelin ennakolta työni huomattavasti helpommaksi toteuttaa, kun se todellisuudessa oli. Asiakastytyväisyys aiheena ei ollut vaikea, mutta kun tutkimukseen otettiin mukaan kuusi erillistä massahiihtotapahtumaa ja vielä SM-sarja erikseen, niin tutkimusaineisto vastauksineen kasvoi todella laajaksi. Tulosten kerääminen ei tuottanut Digium Enterprise raportointiohjelmiston johdosta ongelmia, mutta tulosten analysointiin kului tuplasti enemmän aikaa kuin olin ennakolta suunnitellut. Koko opinnäytetyöprosessin ajan oli yhteistyö sujuvaa Suomen Maastohiihto ry:n ja massahiihtotapahtumien järjestäjien kanssa.

Teoriaosuudessa opinnäytetyöni käsitteli massahiihtoa sekä yleisesti että erinomaisena talvisena kuntoilumuotona. Liikunnanohjaajan opinnoissa korostuu yhtenä osaamisalueena ymmärtää terveysliikunnan merkitys ihmisten hyvinvoinnille, jonka vuoksi teoriaosuudessa on perehdytty massahiihtoon myös terveysliikunnan näkökulma huomioiden. Terveysliikunnan merkitys korostui tarkasteltaessani tuloksia, sillä yleinen terveys ja hyvinvointi oli valittu yhdeksi tärkeimmäksi syyksi tapahtumaan osallistumiselle. Nykyisin yhteiskunta muuttuu entistä teknologiapainotteisemmaksi, jonka seuraksena liikkumattomuus huomaamattamme lisääntyy, kun vapaa-aika vietetään entistä enemmän teknisten koneiden äärellä. Samalla liikkumattomuudesta johtuvat elintäsairaudet ovat lisääntyneet, jonka seurauksena yhä useampi ihminen havaitsee, että omilla teoillaan on merkittävä rooli hyvän terveyden ylläpitämiseksi. Huomattavaa lisäksi oli, että tutkimustulosten perusteella kaikista tutkimukseen osallistuneista yli kymmenesosa oli massahiihdoissa mukana aivan uusina harrastajina. Mielestäni se kertoo lajin suosion lisääntymisen ohessa myös lajin kiistattomista terveysliikunnallisista hyödyistä.

Massahiihtotapahtuman järjestäminen on suuri projekti ja se vaatii onnistuakseen yleisötapahtumilta vaadittavien perusominaisuuksien ymmärtämisen, jonka vuoksi teoriaosuus käsiteli tapahtuman järjestämistä. Tutkimukseni kohdistui erityisesti jokaisen massahiihtotapahtuman järjestelyiden osa-alueisiin ja ilman tapahtuman järjestämisen teorian ymmärtämistä kyselylomakkeen laatimisen toteuttaminen olisi ollut entistä haastavampaa. Järjestämisen prosessiin syvennyin myös käytönnölläheisesti opinnäytetyöprosessin aikana, sillä työskentelin kauden 2012 SM-sarjan kilpailunjohtajana ja olin mukana jokaisessa tutkimuksen massahiihtotapahtumassa. Se aukaisi silmäni ymmärtämään tapahtuman järjestämiseksi tehtävää suurta työmäärää ja vastuuta. Näin se tuki myös omaa ammatillista kehittymistäni opintojen johtamis- ja yrittäjäosaamisen kompetenssien vaatimusten mukaisesti.

Tutkimuksesta saatujen tulosten analysoinnissa oli myös tapahtuman järjestämisen teorialla suuri merkitys. Järjestämisessä on monta osa-aluetta ja ne kaikki olen pyrkinyt tuomaan esille tuloksissa selkein ja järjestelmällisinä kokonaisuuksina. Tutkimuksen tarkoituksena ei ollut tuottaa vain tietoa, vaan pyrin siihen, että tuloksista muodostuisi helposti ymmärrettävät. Näin jokainen massahiihtotapahtuman järjestäjä saisi tuloksia lukiessaan selkeän kuvan tuloksista helposti ja nopeasti. Tuloksista ovat kaikki massahiihtotapahtumien järjestäjät saaneet jo tutkimustulokset nähdäkseen, sillä tulokset olen alustavasti esitellyt jo keväällä 2012 järjestetyssä massahiihtojärjestäjien kauden päättäjaisissä. Valmis opinnäytetyö on tarkoitus toimittaa sähköisenä versiona kaikille massahiihtojärjestäjille.

Kokonaisuutena opinnäytetyöprosessi on kasvattanut minua henkisesti vahvemmaksi ja entistä määrätietoisemmaksi työskentelijäksi. Huomattuani opinnäytetyöni laajuuden ja haastavuuden, en voinut ajatellakaan antavani periksi esimerkiksi rajaamalla aihetta suppeammaksi, vaan olin päättänyt pysyä tavoitteessani loppuun asti. Tulosten analysoinnissa jouduin usein hyödyntämään matemaattista ajattelukykyäni ja periksiantamatonta luonnettani. Opinnäytetyöhön kuluttamani tuntimäärä on yli kolminkertainen, mitä siihen oli varattu. Nyt voin rehellisesti todeta olevani itseäni tyytyväinen, kun omasta vaikeasta elämäntilanteesta huolimatta, sain opinnäytetyöni hoidettua kunnialla loppuun asti lähes aikataulussa. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyöprosessi lisäsi entisestään itseluottamustani vaativista töistä suoriutumiseen, mistä on varmasti suunnaton apu jatkossa palatessani työelämään.

10.5 Jatkotutkimusaiheet

Tämän tutkimuksen jatkotutkimusaiheena olisi mielenkiintoista tutkia, millainen massahiihtotapahtumien asiakastytyvyisyys on tulevaisuudessa ja muuttuuko se mihin suuntaan. Tämä tutkimus antaa varmasti riittäviä perusteita niille muutoksille, joita massahiihtotapahtumissa olisi nyt toteutettava asiakastytyvyisyyden kohentamiseksi. Jatkotutkimuksen kautta saataisiin selvitettyä, onko asiakastytyvyisyyttä onnistuttu nostamaan erityisesti tässä tutkimuksessa esille tulleissa heikoissa osa-alueissa vai onko tilanne muutoksista huolimatta edelleen tämän tutkimuksen kaltainen.

SM-sarja oli ensimmäistä kautta mukana massahiihtotapahtumissa. Sen vuoksi yhtenä jatkotutkimusaiheena olisi kiinnostava tietää, miten SM-sarjaa mahdollisesti kehitettiin tässä tutkimuksessa esiin tulleiden kehitystoiveiden myötä ja miten ne vaikuttivat SM-sarjan osallistujien asiakastytyvyisyyteen. Lisäksi tutkimus selkeyttäisi, millainen vaikutus muutoksilla oli mm. SM-sarjan osallistujamäärään.

Tässä tutkimuksessa ei tutkittu massahiihtotapahtumien tunnelmaa, joka olisi erinomainen jatkotutkimusaihe. Massahiihtojärjestäjät eivät osaa kokemukseni mukaan ottaa tarpeeksi huomioon tapahtuman tunnelmallista puolta tapahtumaa suunnitellessa ja toteuttaessa. Tunnelmalla on suuri merkitys osallistujan palaamiseksi uudelleen samaan tapahtumaan. Jokaisen massahiihtotapahtuman tunnelma on ainutlaatuinen, sillä tapahtumat eroavat toisistaan hyvin monelta osin. Tunnelmaa voisi analysoida henkilökohtaisesti mukana olemalla yhden tapahtuman kautta tai vertailemalla keskenään useampaa tapahtumaa. Toisena mahdollisuutena olisi haastatella muutamaa osallistujaa. Aiheesta tekisi vielä mielenkiintoisemman, jos osa haastatelluista olisi tapahtuman ensikertalaisia ja osa aktiivisesti osallistuneita. Tutkimuksella saataisiin selville, miten osallistujat kokevat tapahtuman ja olisiko tunnelman kohentamiseksi mahdollista tehdä joitain konkreettisia toimenpiteitä. Näin saataisiin massahiihtotapahtumista asiakastytyvyisyyden lisäksi huomioitua tapahtumien tunnelmallisempi näkökulma.

LÄHTEET

- Artman, H. 1994. Suomen maastohiihtoatlas. Iisalmi. IS-Paino.
- Anttila, M. & Iltanen, K. 2001. Markkinointi. Porvoo. WSOY.
- Eljanko, H. 1969. Suomen hiihdon historia. Porvoo. WSOY.
- Finlandia-hiihto. 2012. Ohjelma. Viitattu 4.1.2012. <http://finlandiahiihto.fi/Default.aspx?tabid=325>
- Finlandia-hiihto. 2011. Tulokset. Viitattu 13.1.2012. <http://finlandiahiihto.fi/Default.aspx?tabid=215>
- Grimsmo, J., Grundvold, I.; Mæhlum, S. & Arnesen, H. 2010. High prevalence of atrial fibrillation in long-term endurance cross-country skiers: echocardiographic findings and possible predictors — a 28-30 years follow-up study. *European Journal of Preventive Cardiology*, February 2010 vol. 17 no. 1 100-105. DOI: 10.1097/HJR.0b013e32833226be
- Hall, J. 2003. Hyvän kunnon kirja. Kattava opas kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Hämeenlinna. Karisto Oy.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki. Edita Prima Oy.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna. Kariston Kirjapaino Oy.
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry.
- Kantaneva, M. 2009. Terveysliikkujan opas. Testaa, kehity ja onnistu. Saarijärvi. Saarijärven Offset Oy.
- Karhu, S. 2001. Tavoitteeksi Finlandia-hiihto. Teoksessa Karhu, S. (toim.) Yhdessä Hiihtäen. Helsinki. Edita Prima Oy.
- Karppinen, S. Hiihto liukui luisteluksi. Sanomalehti Kaleva, verkkojulkaisu 7.4.2004. Viitattu: 31.10.2011. <http://www.kaleva.fi/uutiset/hiihto-liukui-luisteluksi/396442>
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa. Dark Oy.
- Kotler, P. 1999. Muuttuva markkinointi – luo, voita ja hallitse markkinoita. Porvoo. WSOY.
- Kotiranta, K., Sertti, S. & Schroderus, T. 2007. Hyvän kunnon käsikirja. Saarijärvi. Saarijärven Offset Oy.
- Kujala, K. 2002. Hiihtäen terveyttä ja hyvinvointia. Teoksessa Karhu, S. (toim.) Yhdessä Hiihtäen. Helsinki. Edita Prima Oy.

- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Hämeenlinna. Talentum.
- Leinonen, K. 1989. Oulun Hiihdot. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.
- Litmanen, H., Pesonen J., Renfors, T. & Ryhänen, E-L. 2006. Nuoret, terveys ja arkielämä. Helsinki. Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Lämsä, A-M. & Uusitalo, O. 2003. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki. Edita Prima Oy.
- Mertaniemi, M. & Miettinen, M. 1998. Suuntana hyvinvointi – Mitkä ovat liikunnan mahdollisuudet. Jyväskylä. PainoPorras Oy.
- Metla. 2010. Miten suomalaisten talviurheiluharrastukset ovat muuttuneet. Viitattu 14.11.2011. <http://www.metla.fi/tiedotteet/2010/2010-01-20-talviulkoilu.htm>
- Parviainen, H. 2002. Suksen ja hiihdon alkuperästä. Teoksessa Karhu, S. (toim.) Yhdessä Hiihtäen. Helsinki. Edita Prima Oy.
- Pyykkönen, A. 2008. Vuokattihihdon 2008 asiakastytyväisyystutkimus. Opinnäytetyö. Kaajaani. Kajaanin Ammattikorkeakoulu.
- Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki. Otavan kirjapaino Oy.
- Rope, T. 2005. Markkinoinnilla menestykseen. Hehkeys- ja ilahduttamismarkkinointi. Hämeenlinna. Karisto Oy.
- Rope, T. & Pöllänen, J. 1998. Asiakastytyväisyysjohtaminen. Juva. WSOY.
- Sponsor Insight. 2010. Helsinki City Marathon 2010. Suomen Urheiluliitto SLU. Asiakastytyväisyystutkimus. Julkaisematon lähde.
- Suomalainen Lääkäriseura Duodecim. 2010. Liikunta. Käypä hoito. Viitattu 19.10.2011. <http://www.kaypahoito.fi/web/kh/suositukses/naytaartikkeli/tunnus/hoi50075>
- Suomen Hiihtoliitto. 2011a. Pitkien Matkojen SM. Viitattu 10.11.2011. <http://www.hiihtoliitto.fi/maastohiihto/kilpailutoiminta/pitkien-matkojen-sm-sarja/>
- Suomen Hiihtoliitto. 2011b. Pitkien matkojen SM-sarjan säännöt. Viitattu 1.1.2012. <http://www.hiihtoliitto.fi/maastohiihto/kilpailutoiminta/pitkien-matkojen-sm-sarja/saannot/>
- Suomen Hiihtoliitto. 2010a. Suomen maastohiihdon kilpailusäännöt. Viitattu 13.11.2011. <http://www.hiihtoliitto.fi/maastohiihto/kilpailusaannot/>
- Suomen Hiihtoliitto. 2010b. Suomen Maastohiihto ry. Viitattu 8.9.2012. http://www.hiihtoliitto.fi/maastohiihto/suomen_maastohiihto_ry/

Suomen Maastohiihto ry. 2011. Pitkien matkojen SM-sarja. Suomen Maastohiihto ry:n toimisto. Powerpoint-diasarja.

Suomen Latu. 2011. Maastohiihto. Viitattu 19.10.2011. http://www.suomenlatu.fi/suomen_latu/talvilajit/hiihto/

The Rollerski Co. 2011. Ski marathon calendar: 2011-12. Viitattu 22.11.2011. <http://www.rollerski.co.uk/nf003.html>

Uusitupa, M. 2009. Lihavuus. Viitattu 31.12.2011. http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=seh00044

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus. Opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki. Hakapaino.

Valli, R. 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Vasaloppet. 2009. History. Viitattu 14.11.2011. <http://www.vasaloppet.se/wps/wcm/connect/en/vasaloppet/start/arena/history/>

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Watt, D. C. 2001. Event management in leisure and tourism. New York. Addison Wesley Longman Publishing.

Worldloppet General Secretariat. 2011a. Rules. Viitattu 13.11.2011. <http://www.worldloppet.com/fmcrules.php>

Worldloppet General Secretariat. 2011b. What is Worldloppet? Viitattu 11.11.2011. <http://www.worldloppet.com/whatiswl.php>

Worldloppet General Secretariat. 2011c. What is a Worldloppet Passport? Viitattu 11.11.2011. http://www.worldloppet.com/passport_medal.php

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Keuruu. Otavan Kirjapaino Oy.

LIITTEIDEN LUETTELO

Liite 1: Kyselylomake

Liite 2: Kyselylomakkeen sähköpostiviesti

Liite 3: Vastaajien sukupuolen, iän ja ammatin ristiintaulukoinnit ja testauksien tulokset

Liite 4. Vastaajien sukupuolen, iän ja aikaisempien osallistumiskertojen ristiintaulukoinnit ja testauksien tulokset

Liite 5. Vastaajien aikaisempien osallistumiskertojen ristiintaulukoinnit ja testauksien tulokset

Liite 6. SM-sarjan kiinnostuksen ja arvostuksen vaikutusten ristiintaulukoinnit ja testauksien tulokset

Liite 7. SM-sarjaan osallistuneiden ristiintaulukoinnit ja testauksien tulokset

Liite 8. Avoimen kysymyksen ”Miten kehittäisit SM-sarjaa” vastaukset

**Massahiihtotapahtuman palautekysely, Neljän Vuoren Hiihto
21.1.2012**

Mikä on sukupuolesi?

- ☐ mies
- ☐ nainen

Minkä ikäinen olet?

- ☐ alle 18 vuotta
- ☐ 18 - 29 vuotta
- ☐ 30 - 39 vuotta
- ☐ 40 - 49 vuotta
- ☐ 50 - 60 vuotta
- ☐ yli 60

Mikä on ammattisi?

- ☐ johtavassa asemassa
- ☐ toimihenkilö
- ☐ työntekijä
- ☐ yrittäjä
- ☐ opiskelija
- ☐ eläkeläinen
- ☐ kotia hoitava
- ☐ joku muu
- ☐ en halua vastata

Kuinka kaukana asut massahiihtotapahtuman järjestämispaikkakunnalta?

- ☐ alle 50km
- ☐ 50-100km
- ☐ 101-200km
- ☐ 201-300km
- ☐ 301-400km
- ☐ 401-500km
- ☐ yli 500km

Missä asuit massahiihdon aikana?

- ☐ Tuttavien luona
 - ☐ Kotona
 - ☐ Hotellissa
 - ☐ Muussa yleisessä majoituksessa
 - ☐ Mökissä
 - ☐ Jossain muualla, missä
-

Opasteet ja liikenteenohjaus

Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	Erittäin heikko	En osaa sanoa
()	()	()	()	()	()

Kisakanslian toiminta ja palveluallttius

Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	Erittäin heikko	En osaa sanoa
()	()	()	()	()	()

Kenttäkuulutus

Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	Erittäin heikko	En osaa sanoa
()	()	()	()	()	()

Tulospalvelu

Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	Erittäin heikko	En osaa sanoa
()	()	()	()	()	()

Lähdön sujuvuus

Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	Erittäin heikko	En osaa sanoa
()	()	()	()	()	()

Huoltopisteiden tarjonta

Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	Erittäin heikko	En osaa sanoa
()	()	()	()	()	()

Huoltopisteiden toiminta

Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	Erittäin heikko	En osaa sanoa
()	()	()	()	()	()

Huoltopisteiden määrä

Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	Erittäin heikko	En osaa sanoa
()	()	()	()	()	()

Latujen kunto

Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	Erittäin heikko	En osaa sanoa
()	()	()	()	()	()

Latupasteet

Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	Erittäin heikko	En osaa sanoa
()	()	()	()	()	()

Mistä sait tietoa tapahtumasta? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- ☐ Sanomalehdet
- ☐ Urheilulehdet
- ☐ Tapahtuman Internet-sivut
- ☐ Joku muu Internet-sivu
- ☐ Sosiaalinen media (facebook)
- ☐ Tapahtuman esite
- ☐ Radio
- ☐ Suoramainonta
- ☐ Ystävät/ Tuttavat
- ☐ Jokin muu, mikä _____

Aiotko osallistua tähän massahiihtoon myös ensi vuonna?

- ☐ kyllä
- ☐ ei
- ☐ en osaa sanoa

Tiesitkö, että mukana massahiihdossa on uusi kilpailijoille tarkoitettu SM-sarja?

- ☐ kyllä
- ☐ ei

Millainen merkitys SM-sarjalla on kiinnostukseesi massahiihtoja kohtaan?

- ☐ nostaa kiinnostusta
- ☐ ei vaikutusta
- ☐ heikentää kiinnostusta
- ☐ en osaa sanoa

Millainen merkitys SM-sarjalla on arvostukseesi massahiihtoja kohtaan?

- ☐ nostaa arvostusta
- ☐ ei vaikutusta
- ☐ heikentää arvostusta
- ☐ en osaa sanoa

Osallistuitko uuteen Maastohiihdon Pitkien Matkojen SM-sarjaan?

- ☐ kyllä
- ☐ ei

Kuinka moneen SM-sarjan osakilpailuun aiot osallistua?

- ☐ 1-2
- ☐ 3-5
- ☐ 6-7
- ☐ kaikki
- ☐ en osaa sanoa

Mistä sait tietoa SM-sarjasta? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- ☐ Sanomalehdet
- ☐ Urheilulehdet
- ☐ Tapahtuman Internet-sivut
- ☐ Joku muu Internet-sivu
- ☐ Sosiaalinen media (facebook)
- ☐ Tapahtuman esite
- ☐ Radio
- ☐ Suoramainonta
- ☐ Ystävät/ Tuttavat
- ☐ Jokin muu, mikä _____

SM-sarjan kokonaistuloksiin vaaditaan vähintään viiteen osakilpailuun osallistuminen. Onko niiden määrä sopiva?

- ☐ kyllä
- ☐ ei
- ☐ en osaa sanoa

Montako osakilpailua olisi mielestäsi sopiva määrä SM-sarjaan?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8

Miten kehittäisit SM-sarjaa? (Ei pakollinen)

SM-sarjan kokonaisarvosana? (kouluarvosanoin 4-10)

- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

Massahiihtotapahtuman kokonaisarvosana? (kouluarvosanoin 4-10)

- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

Yhteystiedot arvontaa varten. (Ei pakollinen)

Nimi _____

Osoite _____

Sähköpostiosoite _____

Neljän Vuoren Hiihdon 2012 asiakastytyväisyystutkimus

Tervetuloa vastaamaan viikonloppuna hiihtämääsi Neljän Vuoren Hiihdon asiakastytyväisyystutkimukseen!

Tutkimukseen vastaaminen tapahtuu anonyymisti ja siihen kuluu aikaa vain muutama minuutti. Vastausaikaa on 31.1.2012 asti.

Kaikkien yhteistietonsa jättäneiden kanssa arvotaan **kaksi ilmaista osallistumisoikeutta** vuoden 2013 Neljän Vuoren Hiihtoon. Tutkimus toteutetaan Kajaanin Ammattikorkeakoulun opinnäytetyönä yhteistyössä Suomen Maastohiihto ry:n kanssa.

Tutkimukseen pääset suoraan klikkaamalla oheista linkkiä.

<http://digumenterprise.com/answer/?sid=777871&chk=SYV6U3X2>

Yhteistyöterveisin

Susanna Nevala, Pitkien Matkojen kilpailunjohtaja ja opinnäytetyön tekijä puh. 0500-650934
ja Jarkko Ruhanen, Markkinointijohtaja, Suomen Maastohiihto ry puh. 0400-152712

VASTAAJIEN SUKUPUOLEN, IÄN JA AMMATIN RISTIINTAULUKOINNIT JA TESTAUKSIEN TULOKSET

1. Luokiteltu vaikuttaako sukupuoli * ikä

Mikä on sukupuolesi? * Minkä ikäinen olet? Crosstabulation

			Minkä ikäinen olet?						Total
			alle 18 vuotta	18 - 29 vuotta	30 - 39 vuotta	40 - 49 vuotta	50 - 60 vuotta	yli 60	
Mikä on su- kupuolesi?	mies	Count	8	198	488	542	510	319	2065
		% within Mikä on sukupuolesi?	0,4 %	9,6 %	23,6 %	26,2 %	24,7 %	15,4 %	100 %
	nainen	Count	5	59	103	124	92	22	405
		% within Mikä on sukupuolesi?	1,2 %	14,6 %	25,4 %	30,6 %	22,7 %	5,4 %	100 %
Total		Count	13	257	591	666	602	341	2470
		% within Mikä on sukupuolesi?	0,5 %	10,4 %	23,9 %	27,0 %	24,4 %	13,8 %	100 %

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	40,692	5	,000
Likelihood Ratio	44,966	5	,000
Linear-by-Linear Association	29,842	1	,000
N of Valid Cases	2470		

2. Luokiteltu vaikuttaako sukupuoli * ammatti

Mikä on sukupuolesi? * Mikä on ammattisi? Crosstabulation

			Mikä on ammattisi?									Total
			johtavassa asemassa	toimi-henkilö	työntekijä	yrittäjä	opiskelija	eläkeläinen	kotia hoi-tava	joku muu	en halua vastata	
Mikä on su-kupuolesi?	mies	Count	390	688	431	201	78	219	4	45	9	2065
		% within Mikä on sukupuole-si?	18,9 %	33,3 %	20,9 %	9,7 %	3,8 %	10,6 %	0,2 %	2,2 %	0,4 %	100,0 %
	nainen	Count	40	177	122	16	30	11	4	4	1	405
		% within Mikä on sukupuole-si?	9,9 %	43,7 %	30,1 %	4,0 %	7,4 %	2,7 %	1,0 %	1,0 %	0,2 %	100,0 %
Total		Count	430	865	553	217	108	230	8	49	10	2470
		% within Mikä on sukupuole-si?	17,4 %	35,0 %	22,4 %	8,8 %	4,4 %	9,3 %	0,3 %	2,0 %	0,4 %	100,0 %

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	94,201	8	,000
Likelihood Ratio	102,246	8	,000
Linear-by-Linear Association	4,082	1	,043
N of Valid Cases	2470		

VASTAAJIEN SUKUPUOLEN, IÄN JA AIKAISEMPIEN OSALLISTUMISKERTOJEN RISTIINTAULUKOINNIT JA TESTAUKSIEN TULOKSET

1. Luokiteltu vaikuttaako sukupuoli*aikaisemmat osallistumiskerrat

Mikä on sukupuolesi? * Aikaisemmat osallistumiskerrat kyseiseen massahiihtoon? Crosstabulation

			Aikaisemmat osallistumiskerrat kyseiseen massahiihtoon?					Total
			en yhtään	1-2	3-5	6-9	10 kertaa tai enemmän	
Mikä on sukupuolesi?	mies	Count	545	457	373	287	403	2065
		% within Mikä on sukupuolesi?	26,4 %	22,1 %	18,1 %	13,9 %	19,5 %	100,0 %
	nainen	Count	137	128	82	32	26	405
		% within Mikä on sukupuolesi?	33,8 %	31,6 %	20,2 %	7,9 %	6,4 %	100,0 %
Total		Count	682	585	455	319	429	2470
		% within Mikä on sukupuolesi?	27,6 %	23,7 %	18,4 %	12,9 %	17,4 %	100,0 %

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	63,351	4	,000
Likelihood Ratio	71,989	4	,000
Linear-by-Linear Association	52,319	1	,000
N of Valid Cases	2470		

2. Luokiteltu vaikuttaako ikä* aikaisemmat osallistumiskerrat

Minkä ikäinen olet? * Aikaisemmat osallistumiskerrat kyseiseen massahiihtoon? Crosstabulation

			Aikaisemmat osallistumiskerrat kyseiseen massahiihtoon?					Total
			en yhtään	1-2	3-5	6-9	10 kertaa tai enemmän	
Minkä ikäinen olet?	alle 18 vuotta	Count	8	4	1	0	0	13
		% within Minkä ikäinen olet?	62 %	31 %	8 %	0 %	0 %	100 %
	18 - 29 vuotta	Count	127	84	38	5	3	257
		% within Minkä ikäinen olet?	49 %	33 %	15 %	2 %	1 %	100 %
	30 - 39 vuotta	Count	219	168	123	58	23	591
		% within Minkä ikäinen olet?	37 %	28 %	21 %	10 %	4 %	100 %
	40 - 49 vuotta	Count	179	165	134	105	83	666
		% within Minkä ikäinen olet?	27 %	25 %	20 %	16 %	12 %	100 %
	50 - 60 vuotta	Count	112	126	116	100	148	602
		% within Minkä ikäinen olet?	19 %	21 %	19 %	17 %	25 %	100 %
	yli 60	Count	37	38	43	51	172	341
		% within Minkä ikäinen olet?	11 %	11 %	13 %	15 %	50 %	100 %
	Total	Count	682	585	455	319	429	2470
		% within Minkä ikäinen olet?	28 %	24 %	18 %	13 %	17 %	100 %

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	559,474	20	,000
Likelihood Ratio	565,216	20	,000
Linear-by-Linear Association	458,537	1	,000
N of Valid Cases	2470		

VASTAAJIEN AIKAISEMPIEN OSALLISTUMISKERTOJEN RISTIINTAULUKOINNIT JA TESTAUKSIEN TULOKSET

1. Luokiteltu vaikuttaako kuinka monta kertaa aikaisemmin osallistunut kyseiseen massahiihtoon * muualla Suomessa järjestettyyn

Aikaisemmat osallistumiskerrat kyseiseen massahiihtoon? * Osallistumiskerrat muualla Suomessa järjestettyyn massahiihtoon? Crosstabulation

			Osallistumiskerrat muualla Suomessa järjestettyyn massahiihtoon?					Total
			en yhtään	1-2	3-5	6-9	10 kertaa tai enemmän	
Aikaisemmat osallistumiskerrat kyseiseen mas-sahiihtoon?	en yhtään	Count	302	153	96	48	83	682
		% of Total	12,2 %	6,2 %	3,9 %	1,9 %	3,4 %	27,6 %
	1-2	Count	215	171	91	31	77	585
		% of Total	8,7 %	6,9 %	3,7 %	1,3 %	3,1 %	23,7 %
	3-5	Count	139	125	78	41	72	455
		% of Total	5,6 %	5,1 %	3,2 %	1,7 %	2,9 %	18,4 %
	6-9	Count	77	90	62	25	65	319
		% of Total	3,1 %	3,6 %	2,5 %	1,0 %	2,6 %	12,9 %
	10 kertaa tai enemmän	Count	55	104	97	37	136	429
		% of Total	2,2 %	4,2 %	3,9 %	1,5 %	5,5 %	17,4 %
Total	Count	788	643	424	182	433	2470	
	% of Total	31,9 %	26,0 %	17,2 %	7,4 %	17,5 %	100,0 %	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	187,632	16	,000
Likelihood Ratio	191,066	16	,000
Linear-by-Linear Association	143,546	1	,000
N of Valid Cases	2470		

SM-SARJAN KIINNOSTUKSEN JA ARVOSTUKSEN VAIKUTUSTEN RISTIINTAULUKOINNIT JA TESTAUKSIEN TULOKSET

1. Luokiteltu vaikuttaako sukupuoli * SM-sarja kiinnostukseesi massahiihtoja kohtaan

Mikä on sukupuolesi? * SM-sarjan merkitys kiinnostukseen Crosstabulation

			SM-sarjan merkitys kiinnostukseen				Total
			nostaa kiinnostusta	ei vaikutusta	heikentää kiinnostusta	en osaa sanoa	
Mikä on sukupuolesi?	mies	Count	365	1620	18	62	2065
		% within Mikä on sukupuolesi?	17,7 %	78,5 %	0,9 %	3,0 %	100,0 %
	nainen	Count	62	316	10	17	405
		% within Mikä on sukupuolesi?	15,3 %	78,0 %	2,5 %	4,2 %	100,0 %
Total		Count	427	1936	28	79	2470
		% within Mikä on sukupuolesi?	17,3 %	78,4 %	1,1 %	3,2 %	100,0 %

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,239	3	,017
Likelihood Ratio	8,654	3	,034
Linear-by-Linear Association	4,516	1	,034
N of Valid Cases	2470		

2. Luokiteltu vaikuttaako ikä * SM-sarja kiinnostukseesi massahiihtoja kohtaan

Minkä ikäinen olet? * SM-sarjan merkitys kiinnostukseen Crosstabulation

			SM-sarjan merkitys kiinnostukseen				Total
			nostaa kiinnostusta	ei vaikutusta	heikentää kiinnostusta	en osaa sanoa	
Minkä ikäinen olet?	alle 18 vuotta	Count	5	7	0	1	13
		% within Minkä ikäinen olet?	38,5 %	53,8 %	0,0 %	7,7 %	100,0 %
	18 - 29 vuotta	Count	83	166	2	6	257
		% within Minkä ikäinen olet?	32,3 %	64,6 %	0,8 %	2,3 %	100,0 %
	30 - 39 vuotta	Count	122	441	5	23	591
		% within Minkä ikäinen olet?	20,6 %	74,6 %	0,8 %	3,9 %	100,0 %
	40 - 49 vuotta	Count	102	539	6	19	666
		% within Minkä ikäinen olet?	15,3 %	80,9 %	0,9 %	2,9 %	100,0 %
	50 - 60 vuotta	Count	68	501	14	19	602
		% within Minkä ikäinen olet?	11,3 %	83,2 %	2,3 %	3,2 %	100,0 %
	yli 60	Count	47	282	1	11	341
		% within Minkä ikäinen olet?	13,8 %	82,7 %	0,3 %	3,2 %	100,0 %
	Total	Count	427	1936	28	79	2470
		% within Minkä ikäinen olet?	17,3 %	78,4 %	1,1 %	3,2 %	100,0 %

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	82,007	15	,000
Likelihood Ratio	75,662	15	,000
Linear-by-Linear Association	25,135	1	,000
N of Valid Cases	2470		

3. Luokiteltu vaikuttaako sukupuoli * SM-sarja arvostukseesi massahiihtoja kohtaan

Mikä on sukupuolesi? * SM-sarjan merkitys arvostukseen Crosstabulation

			SM-sarjan merkitys arvostukseen				Total
			nostaa arvostusta	ei vaikutusta	heikentää arvostusta	en osaa sanoa	
Mikä on sukupuolesi?	mies	Count	807	1192	11	55	2065
		% within Mikä on sukupuolesi?	39,1 %	57,7 %	0,5 %	2,7 %	100,0 %
	nainen	Count	121	253	5	26	405
		% within Mikä on sukupuolesi?	29,9 %	62,5 %	1,2 %	6,4 %	100,0 %
Total		Count	928	1445	16	81	2470
		% within Mikä on sukupuolesi?	37,6 %	58,5 %	0,6 %	3,3 %	100,0 %

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	26,080	3	,000
Likelihood Ratio	23,577	3	,000
Linear-by-Linear Association	24,381	1	,000
N of Valid Cases	2470		

4. Luokiteltu vaikuttaako ikä * SM-sarjan merkitys arvostukseesi massahiihtoja kohtaan

Minkä ikäinen olet? * SM-sarjan merkitys arvostukseen Crosstabulation

			SM-sarjan merkitys arvostukseen				Total
			nostaa arvostusta	ei vaiku- tusta	heikentää arvostusta	en osaa sanoa	
Minkä ikäinen olet?	alle 18 vuot- ta	Count	5	8	0	0	13
		% within Minkä ikäinen olet?	38,5 %	61,5 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
	18 - 29 vuot- ta	Count	117	131	1	8	257
		% within Minkä ikäinen olet?	45,5 %	51,0 %	0,4 %	3,1 %	100,0 %
	30 - 39 vuot- ta	Count	223	345	3	20	591
		% within Minkä ikäinen olet?	37,7 %	58,4 %	0,5 %	3,4 %	100,0 %
	40 - 49 vuot- ta	Count	257	386	3	20	666
		% within Minkä ikäinen olet?	38,6 %	58,0 %	0,5 %	3,0 %	100,0 %
	50 - 60 vuot- ta	Count	195	381	7	19	602
		% within Minkä ikäinen olet?	32,4 %	63,3 %	1,2 %	3,2 %	100,0 %
	yli 60	Count	131	194	2	14	341
		% within Minkä ikäinen olet?	38,4 %	56,9 %	0,6 %	4,1 %	100,0 %
Total	Count	928	1445	16	81	2470	
	% within Minkä ikäinen olet?	37,6 %	58,5 %	0,6 %	3,3 %	100,0 %	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,711	15	,227
Likelihood Ratio	18,793	15	,223
Linear-by-Linear Association	4,698	1	,030
N of Valid Cases	2470		

5. Luokiteltu vaikuttaako SM-sarja kiinnostukseesi* arvostukseesi massahiihtoja kohtaan

SM-sarjan merkitys kiinnostukseen * SM-sarjan merkitys arvostukseen Crosstabulation

			SM-sarjan merkitys arvostukseen				Total
			nostaa arvostusta	ei vaikutusta	heikentää arvostusta	en osaa sanoa	
SM-sarjan merkitys kiinnostukseen	nostaa kiinnostusta	Count	384	36	0	7	427
		% of Total	15,5 %	1,5 %	0,0 %	0,3 %	17,3 %
	ei vaikutusta	Count	526	1385	5	20	1936
		% of Total	21,3 %	56,1 %	0,2 %	0,8 %	78,4 %
	heikentää kiinnostusta	Count	2	13	11	2	28
		% of Total	0,1 %	0,5 %	0,4 %	0,1 %	1,1 %
	en osaa sanoa	Count	16	11	0	52	79
		% of Total	0,6 %	0,4 %	0,0 %	2,1 %	3,2 %
Total		Count	928	1445	16	81	2470
		% of Total	37,6 %	58,5 %	0,6 %	3,3 %	100,0 %

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2277,307	9	,000
Likelihood Ratio	1023,370	9	,000
Linear-by-Linear Association	749,424	1	,000
N of Valid Cases	2470		

SM-SARJAAN OSALLISTUNEIDEN RISTIINTAULUKOINNIT JA TESTAUKSIEN TULOKSET

1. Luokiteltu vaikuttaako sukupuoli * osallistuitko uuteen SM-sarjaan

Mikä on sukupuolesi? * Osallistuitko SM-sarjaan? Cross-tabulation

			Osallistuitko SM-sarjaan?		Total
			kyllä	ei	
Mikä on sukupuolesi?	mies	Count	111	1954	2065
		% within Mikä on sukupuolesi?	5,4 %	94,6 %	100,0 %
	nainen	Count	26	379	405
		% within Mikä on sukupuolesi?	6,4 %	93,6 %	100,0 %
Total		Count	137	2333	2470
		% within Mikä on sukupuolesi?	5,5 %	94,5 %	100,0 %

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,705	1	,401
Likelihood Ratio	,679	1	,410
Linear-by-Linear Association	,705	1	,401
N of Valid Cases	2470		

2. Luokiteltu vaikuttaako ikä * osallistuitko uuteen SM-sarjaan

Minkä ikäinen olet? * SM-sarjan merkitys arvostukseen Crosstabulation

			SM-sarjan merkitys arvostukseen				Total
			nostaa arvostus- ta	ei vaikutus- ta	heikentää arvostusta	en osaa sanoa	
Minkä ikäinen olet?	alle 18 vuot- ta	Count	5	8	0	0	13
		% within Minkä ikäinen olet?	38,5 %	61,5 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
	18 - 29 vuot- ta	Count	117	131	1	8	257
		% within Minkä ikäinen olet?	45,5 %	51,0 %	0,4 %	3,1 %	100,0 %
	30 - 39 vuot- ta	Count	223	345	3	20	591
		% within Minkä ikäinen olet?	37,7 %	58,4 %	0,5 %	3,4 %	100,0 %
	40 - 49 vuot- ta	Count	257	386	3	20	666
		% within Minkä ikäinen olet?	38,6 %	58,0 %	0,5 %	3,0 %	100,0 %
	50 - 60 vuot- ta	Count	195	381	7	19	602
		% within Minkä ikäinen olet?	32,4 %	63,3 %	1,2 %	3,2 %	100,0 %
	yli 60	Count	131	194	2	14	341
		% within Minkä ikäinen olet?	38,4 %	56,9 %	0,6 %	4,1 %	100,0 %
Total	Count	928	1445	16	81	2470	
	% within Minkä ikäinen olet?	37,6 %	58,5 %	0,6 %	3,3 %	100,0 %	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,711	15	,227
Likelihood Ratio	18,793	15	,223
Linear-by-Linear Association	4,698	1	,030
N of Valid Cases	2470		

AVOIMEN KYSYMYKSEN ”MITEN KEHITTÄISIT SM-SARJAA” VASTAUKSET

Vastaus	Teemat	Kehittämiskohde
Lapponia-hiihdolla liian suuri painoarvo nykysään- nöin	Kokonaistulos	Massahiihtotapahtumien painotus
Voisi olla parempi, jos yhteistuloksiin laskettaisiin esim. viisi parasta hiihtoa. Täten saataisiin enemmän hiihtäjiä mukaan. Nyt on aika kova urakka hiihtää kaikki hiihdot ja kerätä niistä pisteitä. Tietysti voisi harkita samaa kuin nyt Maratonhiihdon EM-kisoissa eli kaksi kisaa ja niiden ajat tai pisteet yhteen.	Kokonaistulos	Kokonaistuloksen muodostuminen
enemmän vapaan kisoja, joku hyvä kimpappahinta/majoitushinnat useammalle kisalle	Hiihtotyyli Hinnoittelu	Hiihtotyylien tasapuolisuus Tapahtuminen hinnoittelu
tasapuolisemmin vapaita ja perinteisiä	Hiihtotyyli	Hiihtotyylien tasapuolisuus
Kokonaispisteisiin olisi hyvä huomioida 5 parhaan kisan pisteet.	Hiihtotyyli	Kokonaistuloksen muodostuminen
Pistelaskuun pääsee mukaan, vaikka osallistusi vain yhteen osakilpiluun. Kauden päättyessä on aika vähän porukkaa yhteispisteissä, jos vaaditaan vähintään viiteen kilpiluun osallistumista (varsinkin naisten sarjassa).	Kokonaistulos	Kokonaistuloksen muodostuminen
Lapponiahiihdolla liian suuri painoarvo. SM-50km keväällä pitäisi myös kuulua yhtenä osakilpailuna sarjaan.	Kokonaistulos	Massahiihtotapahtumien painotus
Vapaa/Perinteinen yhtä monta vaihtoehtoa	Hiihtotyyli	Hiihtotyylien tasapuolisuus
Lähtöpaikat numeroitaisiin SM sarjan sijoituksen mukaan. Eka kisaan edellisvuosien näyttöjen perusteella. Tosi huono ko väkisin porukka tukki eturiviin ja sitten olivat teiden tukkona kilometrin kohdalla ja joutui tekemään tosi paljon ylimääräistä työtä nousemiseksi keula porukkaan ja varomaan kalusto tappioita kun eturivi oli liian täynnä.	Lähtöjärjestys	Lähtöjärjestyksen muodostuminen
Myös kovempia maastoja mukaan. Osa voi olla helppoja, kuten BotniaVasan, mutta sekaan pari selkeästi raskaampaa reittiä. Vaikka sitten lyhyemällä radalla 2-3 kierrosta hiihtäen	Hiihtoreitti	Hiihtoreittien vaativuustaso
Suuri kilpailumäärää vaatimus (5) karsii lopputuloksiin hyväksytyjen määrän pieneksi -> vähän osallistujia, ei juuri huippuja, huono arvostus. Toinen asia, mikä karsii osallistujia on Lapponiahiihto. Viikko pitäisi ottaa töistä lomaa, että voi osallistua sarjaan.	Kokonaistulos	Kokonaistuloksen muodostuminen Massahiihtotapahtumien painotus

Vastaus	Teemat	Kehittämiskohde
SM sarjan lähtö 60-180 sekuntia ennen kuntoilijan lähtö. Nyt oli aivan liikaa hiihtäjiä ja ei pystynyt oikein hiihtämään ensimmäiset kilometrit. Toisin sanoen monelle SM hiihtäjälle oli kilpailu pilalla 10 metrin jälkeen.	Lähtöjärjestys	Lähtöjärjestyksen muodostuminen
Tänä vuonna vain 6 kilpailua on mukana sarjassa, miksei enemmänkin? Toki siltikin esim. vain viiden parhaan kisan tulos voitaisiin huomioida laskennassa.	Kokonaistulos	Kokonaistuloksen muodostuminen
KOlmella saisi jo sijoituksen ja viisi olisi yläraja. enemmän voisi jättää ottamatta pisteisiin ja viis parasta voisi pisteyttää.	Kokonaistulos	Kokonaistuloksen muodostuminen
Kehittäisin Finlandia-hiihtoa luomalla minicupin molemmat matkat (perts ja vapaa) hiihtäville. Eli perinteisen ja vapaan lisäksi palkittaisiin joiden perinteisen ja vapaan kisan yhteenlaskettujen aikojen perusteella. Tämä kannustaisi hiihtämään molempina päivinä ja antaisi uuden kiinnostavan sarjan, jossa kestävyys palkittaisiin.	Kilpailujen kehittäminen	Uudentyyppisen kilpailumuodon kehittäminen
Pakolliseksi ainoastaan kaksi hiihtoa... Yksi molemmilla tyyliä vähintään ja viiden parhaan kisan pisteet yhteen. Kuitenkin niin, että jo kahdella hiihdolla voi osallistua sm-sarjaan.	Kokonaistulos	Kokonaistuloksen muodostuminen
Lisää sarjoja myös vanhemmalle väelle. Esim N 45 ja M 45	Veteraanisarjat	Ikäsarjat SM-sarjaan
Selkeät kilpailut joista titteli jaetaan ja joihin kaikki voivat osallistua. Näillä kisamäärillä titteli vaikuttaa enemmän arvontapalkinnolta. Minusta kilpailuiden panosta voisi nostaa reilusti! Sarja voisi olla kolmen kisan sarja joista kaikki lasketaan pisteisiin. Kaksi lyhempää (~50km) ja finaali tupla pisteillä (~80km). !!Ajatus sarjasta on mielestäni todella hyvä!!	Kokonaistulos	Kokonaistuloksen muodostuminen Massahiihtotapahtumien painotus
Sarja on liiaksi perinteisen tyylin taitajille suunnattu..eli lisää vapaan matkoja esim. savonia, finlandia, pirkka...	Hiihtotyyli	Hiihtotyylien tasapuolisuus
Tiedotusta asiasta voisi lisätä sosiaalisessa mediassa ja lajinomaisilla nettisivuilla	Media	Median hyödyntäminen
Minusta kaikkien massahiihtojen pitäisi kuulua sarjaan, tällöin tulisi paremmuus ratkottua.	Kokonaistulos	Massahiihtotapahtumien painotus
Jotta jokaisessa kilpailussa voi osallistumis maksun maksaa liikuntaseteleillä	Hinnoittelu	Tapahtumien hinnoittelu
Maaillmancuoin pistelaskusysteemi. 30 parasta saa pisteitä, ei muita rajoituksia/ehtoja.	Kokonaistulos	Kokonaistuloksen muodostuminen

Vastaus	Teemat	Kehittämiskohde
Enemmän näkyvyyttä ja esim lopputulokset ja välitilanteet pitäisi olla heti kilpailun jälkeen saatavilla. Nyt kokonaiskilpailun tulokset tuli monta päivää viimeisen osakilpailun jälkeen, mikä kertoo että järjestäjätäkään eivät arvosta sarjaa.	Media Kokonaistulos	Median hyödyntäminen Pistelaskenta
Vapaan kilpailujen osuus pitää olla 50%. Lapponia-hiihtoa ei ole kehitetty yli 10 vuoteen mitenkään. Lapponia-hiihdon toimiston sähköposti ei ole koskaan vastannut yhteenkään kysymykseen, jonka olemme sinne lähettäneet (tiedustelleet kilpailuun liittyviä tietoja ym.). Lapponian puolimatkoihin osallistuminen on yhtä kallista kuin täysille matkoille!	Hiihtotyyli Hinnoittelu	Hiihtotyylien tasapuolisuus Tapahtumien hinnoittelu
Aikataulutusta voisi miettiä. Varsinkin tulevana kautena 2013 näyttää siltä, että SM-sarjan osakilpailu järjestetään helmikuun puolivälistä eteenpäin käytännössä joka viikonloppu. Kun tähän listään vielä Vasaloppet/Pirkan Hiihto sekä normaalimatkojen SM-kisat sekä SM 50 km, ja kun osallistujat pääsääntöisesti eivät ole ammattiurheilijoita, aiheuttaa matkustaminen ja palautuminen yhdistettynä työ- ja perhe-elämän haasteisiin aika kovan kuorman reilun kuukauden ajalle. Ehdotus olisikin, että ensimmäiset kilpailut järjestäisiin vuosittain jo tammikuun toisella puoliskolla, minkä jälkeen sopiva kilpailutahti olisi esim. joka toinen viikko (esim. ensimmäinen hiihto voisi olla viikkoa ennen talven ensimmäisiä SM-kisoja, toinen hiihto viikko SM-kisojen jälkeen esim. 2.2.2013, sitten kolmas esim. 16.2, jo lukkoon lyöty Finlandia 23.2. sitten johtuen Vasaloppetista ja Pirkan Hiihdosta, jotka moni hiihtää, voisi seuraava, siis viides kilpailu olla vasta 16.3, jotta hiihtäjät ehtivät vähän palautelakin. Lapponia sitten omalla paikallaan SM 50 km -kisan jälkeen. Kokonaisuutena on kuitenkin todettava, että SM-sarja on erinomainen ja tervetullut uudistus!	Aikataulu	Massahiihtotapahtumien ajoitus
Huippuhihtäjiä pitäisi saada enemmän mukaan.	SM-sarjan houkuttelevuus	SM-sarjan kilpailullinen taso
Samat klassikkokilpailut joka vuosi. Kilpailuja on liikaa ja kilpailijat hajaantuvat jolloin yksittäisten kilpailujen taso laskee. Ns klassikkokilpailuja Suomessa ovat: Finlandia, Pirkan Hiihto, Pogosta, Ter vahiihto, BotniaVasa, ja Lapponia. Yhdestä kilpailusta on valittava joko perinteinen tai vapaa matka sm sarjaan, ei molempia peräkkäisinä päivinä.	Kokonaistulos	Massahiihtotapahtumien painotus

Vastaus	Teemat	Kehittämiskohde
<p>Maailmalla massahiihtosarjat koostuvat perinteisistä perinteisen tavan kilpailuista. Suomessa pitkien matkojen SM-sarjaan voisi kolmen vuoden kokeilun jälkeen valita n.5 parhaiten onnistunutta tapahtumanjärjestäjää. Jokaisesta osakilpailusta saisi pisteitä maailmancupin tapaan. Valituista tapahtumista kasvaisi vielä perinteisimpiä massahiihtotapahtumia ja niiden taso pysyisi kovina vuodesta toiseen. Kilpailut voisivat olla esim.</p> <p>1.Neljän vuoren hiihto tai Hyvinkää hiihto 2.Botnia vasan 3.Finlandia hiihto 4.Pogostan hiihto 5.Oulun tervahiihto Pirkkan hiihdolla on pitkät perinteet ja hyvä reitti, mutta sen profiilia ei ole kehitetty SM-kilpahiihdon suuntaan. Saami ski race on hyvä kilpailu, mutta tosissaan kilpailevilla työssäkäyvillä ihmisillä siihen osallistuminen on vaikeaa. Laponia-hiihto on kilpahiihtosarja ja riittävän kova kilpailu jo sinällään, eikä sitä pitäisi sekottaa pitkien matkojen SM-sarjaan. SM-sarjan myötä jokaisen valitun tapahtuman profiilia tulee nostaa sekä kilpahiihtäjien, kuntoilijoiden että yleisön keskuudessa. Parhaiten tämä onnistuu kehittämällä latupohjia ja reittiä jokaisessa tapahtumassa! Mahdollisuuksien mukaan yksikierröksinen reitti on paras, jolloin osallistujien määrä voi olla vaikka kuinka suuri. Myös tapahtumien edes jonkinlainen televisiointi nostaa profiilia. Suomesta ei löydy järjestelyiltään eikä latupohjiltaan yhtään yhtä hyvää tapahtumaa mitä suurista hiihtomaista löytyy monta. Suomessa (pois lukien Lapissa) ei myöskään Pirkkan hiihdon ja Tervahiihdon lisäksi löydy kunnan ylipitkää hiihtokilpailua. Pirkkan hiihdon profiilia pystyisi pienellä kehittämisellä kasvattamaan osaksi pitkien matkojen SM-sarjaa. Se voisi reitiltään olla sarjan kuninkuusmatka. Mielestäni pitkien matkojen SM-sarjan tulisi olla selkeästi profiloitu tiettyihin kilpailuihin, perinteiselle hiihtotavalle ja tietynlaisille hiihtäjille. Ensimmäisinä vuosinaan se on liian hajanainen.</p>	<p>Kokonaistulos Hiihtoreitti Media</p>	<p>Massahiihtotapahtumien painotus Hiihtoreittien vaativuustaso Median hyödyntäminen</p>